

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
"КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО"
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ
КАФЕДРА ТЕОРІЇ, ПРАКТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДУ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

"На правах рукопису"
УДК _____

"До захисту допущено"
Завідувач кафедри
_____ І.С. Полюк
(підпис)
" ____ " _____ 2018р.

Магістерська дисертація

зі спеціальності 035 "Філологія"

на тему: **МОВНІ МАРКЕРИ ПОЛІТКОРЕКТНОСТІ У
ФРАНЦУЗЬКОМУ Й УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ
ДИСКУРСІ: ЗІСТАВНИЙ АСПЕКТ**

Виконала: студентка II курсу магістратури, групи ЛФ-71мп

Віщак Людмила Валеріївна
(прізвище, ім'я, по-батькові)

_____ (підпис)

Науковий керівник: кан. філ. н., доц. Космацька Н. В.
(посада, наук. ступ., вч. зв., прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

Консультант _____ розділу: _____
(посада, наук. ступ., вч. зв., прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

Рецензент: _____
(посада, науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

Засвідчую, що у цій магістерській дисертації
немає запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань.

Студент _____
(підпис)

Київ – 2018 рік

**Національний технічний університет України
“Київський політехнічний інститут”**

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу французької мови

Освітньо-кваліфікаційний рівень "Магістр"

Спеціальність 035 "Фіолологія"

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ І.С. Полюк
(підпис)

“ ____ ” _____ 20__ р.

З А В Д А Н Н Я
НА МАГІСТЕРСЬКУ ДИСЕРТАЦІЮ СТУДЕНТУ

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема дисертації _____

науковий керівник дисертації _____,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від “ ____ ” _____ 20__ року № _____

2. Строк подання студентом дисертації _____

3. Об'єкт дослідження _____

4. Предмет дослідження _____

5. Перелік питань, які потрібно розробити _____

6. Орієнтовний перелік ілюстративного матеріалу _____

7. Орієнтовний перелік публікацій _____

8. Консультанти розділів дисертації

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

9. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Строк виконання етапів дисертації	Примітка

Студент

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

Науковий керівник дисертації

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

РЕФЕРАТ

Загальний обсяг роботи — 179 сторінок (обсяг основного тексту — 114 сторінок. Робота складається зі вступу, трьох розділів (з висновками до них), висновків, списку використаних джерел (120 найменувань) та 20 додатків.

Актуальність роботи зумовлена декількома факторами. По-перше, в науковій літературі немає єдиного підходу до аналізу політичної коректності, По-друге, не дивлячись на те, що політкоректність як інструмент комунікативної стратегії поведінки спрямована на уникнення соціальних загострень і досягнення безконфліктної атмосфери в суспільстві, викликає чимало гострих дискусій, що самим цим фактом не відповідає його основній меті і лише підкреслює суперечливість цього явища. По-третє, об'єм досліджень, пов'язаних із перекладом політкоректної термінології у медійному дискурсі українською мовою є наразі недостатнім для встановлення остаточних висновків. Процеси глобалізації й інформатизації суспільства та роль перекладу в них зумовлюють необхідність ґрунтовного дослідження процесів і засобів перекладу в цій царині.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах наукової теми "Мови професійної комунікації: лінгвокультурний, когнітивно-дискурсивний, перекладознавчий та методичний аспекти", яку розробляє кафедра теорії, практики та перекладу французької мови Національного технічного університету України "Київський Політехнічний Інститут імені Ігоря Сікорського", (протокол № 1 від 28 серпня 2009 р. Проблематика роботи відповідає держбюджетній науковій темі № 0111U006668 Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України "Дослідження взаємодії одиниць мови й мовлення: комунікативно-когнітивний, соціокультурний, перекладознавчий, методичний та літературознавчий аспекти", затвердженої вченою радою факультету лінгвістики (протокол № 3 від 8.11.2010 р.).

Метою роботи є встановлення засобів передачі семантичного наповнення французьких політично коректних лексем та словосполук у процесі їхнього перекладу українською мовою шляхом здійснення зіставного аналізу політкоректних лексичних одиниць французького й українського медіа текстів.

Поставлена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

- зіставити протилежні погляди на визначення поняття "політична коректність" в соціальному й мовному аспектах та встановити причини й передумови виникнення суперечливості в поглядах науковців на це явище;
- встановити структуру мови політкоректності з урахуванням теоретичних поглядів на класифікацію політкоректних евфемізмів і на шляхи їхнього творення;
- з'ясувати та систематизувати теоретичні підходи до вивчення поняття "медіа текст" як одиниці медіа дискурсу;
- визначити роль медійних засобів у впливі свідомість аудиторії;
- виділити комунікативні й мовні критерії функціонування маркерів політкоректності у французькому медіа тексті та на їх основі розробити класифікацію політкоректних одиниць у французьких ЗМІ;
- здійснити характеристику українських і французьких медіа за їх політичним і ідеологічним спрямуванням;
- порівняти відповідність мови українських і французьких ЗМІ міжнародним стандартам висвітлення чутливих соціальних тем;
- здійснити зіставний аналіз мовних засобів, які застосовують українські та французькі журналісти для висвітлення тем, що потрапляють під вплив політкоректності;
- виявити найчастотніші та найоптимальніші перекладацькі трансформаційні засоби вираження семантичного наповнення маркерів політкоректності під час їхнього перекладу українською мовою.

Об'єктом дослідження є маркери політкоректності в українському і французькому медіа текстах.

Предметом дослідження є засоби перекладу політично коректних одиниць у французьких медіа текстах українською мовою.

Методи дослідження. Досягнення поставленої мети і виконання завдань дослідження ґрунтуються на загальних положеннях системного аналізу. Визначення в контексті французького медіа простору маркерів політкоректності спирається на методи контекстуально-ситуативного, дистрибутивного та інтерпретативного аналізів. Методи лінгвістичного спостереження й опису застосовано для систематизації та класифікації політкоректних одиниць у французьких медіа текстах. Дослідження передбачає застосування методу контрастивного аналізу для порівняння особливостей вживання мови політкоректності у двох французькому й українському медіа полях та для встановлення особливостей відтворення у мові перекладу нейтральної конотації мови оригіналу. Для вирахування частоти вживання мовних маркерів політкоректності і застосованих для їхнього перекладу трансформацій було використано статистичний та кількісний підходи до опрацювання даних.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що в ньому вперше систематизовано прошарок політкоректної лексики французького й українського медіа дискурсу у зіставному аспекті відповідно до тематики маркерів політкоректності та визначено перекладацькі трансформації, які застосовують у процесі перекладу французьких політично коректних одиниць українською мовою. Новою є й презентація ілюстративного матеріалу у вигляді наочних схем, які демонструють тенденції репрезентації гострих соціальних тем у французьких і українських ЗМІ та домінантні засоби перекладу кожної з груп політкоректних одиниць у відсотковому співвідношенні.

Практичне значення роботи полягає в можливості використання її основних теоретичних положень і висновків у курсах теорії і практики

перекладу з французької мови, а також у спецкурсах з лінгвістики тексту, комунікативної лінгвістики, культури мовлення й безпосередньо для перекладу текстів, що містять політкоректні лексичні одиниці, на заняттях з практики перекладу, з порівняльної лексикології (лексична семантика, синонімія) та стилістики (стилістичне значення, норма і мовна варіативність, тропи) української та французької мов, а також у подальших наукових дослідженнях.

Апробацію основних теоретичних положень, результатів та висновків курсової роботи здійснено на XVIII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції "Science and Technology of the XXI century" (Київ, 7 грудня 2017 р.), на II Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції з міжнародною участю "Наука XXI століття: виклики, пріоритети, перспективи досліджень" (22 березня 2018 р.) і на IV Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції "Студент як суб'єкт процесу модернізації вищої освіти XXI століття: візії, цінності, пріоритетні завдання" (19 квітня 2018 р.).

Публікації. Основні теоретичні положення і результати дослідження відображено в тезах "Les euphémismes du politiquement correct dans les médias français" [9], опублікованих в матеріалах конференції "Science and Technology of the XXI century", 2017 р., "Le langage du politiquement correct dans le médias français" [8], опублікованих у матеріалах конференції "Наука XXI століття: виклики, пріоритети, перспективи досліджень", 2018, "Роль гендерної освіти у процесі формування системи загальнолюдських цінностей студента" [10], опублікованих у матеріалах конференції "Студент як суб'єкт процесу модернізації вищої освіти XXI століття: візії, цінності, пріоритетні завдання", 2018 р., та у статті "Мовні маркери політкоректності у французькому медіа тексті" [25], опублікованій в журналі "Науковий вісник Херсонського державного університету", 2018 р.

Ключові слова: *медіа текст, політкоректність, ідеоологема, евфемізм, перекладацька трансформація, калькування, транскодування, модуляція.*

APERÇU

Notre **mémoire de master** traite le sujet des marquants du politiquement correct dans les médias français et ukrainiens et les moyens de leur transfert lors de leur traduction du français vers l'ukrainien. Le volume total du travail est de 179 pages (le volume du texte principal est de 114 pages). Le travail se compose du résumé, de l'aperçu, de l'introduction, de trois chapitres (avec des conclusions pour chacun d'eux), des conclusions, de la liste de références (120 titres), et de 20 annexes.

L'utilisation répandue de ce lexique dans les textes médiatiques, l'influence directe du politiquement correct sur les rapports sociaux à travers les médias et le manque des recherches dans le domaine de la terminologie du politiquement correct comparée du français et de l'ukrainien déterminent **l'actualité** de cette recherche.

Le mémoire est rédigée dans le cadre du thème de recherche scientifique "Le fonctionnement des unités linguistiques dans le discours à objectifs professionnels : les aspects cognitif, sociolinguistique et pragmatique de la traduction élaborée par le Département de théorie, de pratique et de traduction du français de NTUU "KPI Igor Sikorski".

L'objectif de ce travail est d'établir les termes du politiquement correct français employés dans le discours médiatique et les moyens de leur traduction vers l'ukrainien.

L'objectif de l'étude pose les tâches suivantes :

- comparer les points de vue opposés sur la définition du concept du politiquement correct dans les aspects sociaux et linguistiques et établir les causes et les conditions préalables à l'apparition des contradictions dans les recherches sur ce phénomène;
- établir la structure du langage du politiquement correct en tenant compte des points de vue théoriques sur la classification des euphémismes politiquement corrects et les moyens de leur formation ;
- systématiser les approches théoriques de l'étude du concept de "texte

médiatique" en tant qu'unité du discours médiatique;

- déterminer l'influence des médias sur la conscience du public;
- mettre en évidence les critères communicatifs et linguistiques du fonctionnement des marquants du politiquement correct dans les médias français et élaborer une classification des unités politiquement correctes dans les médias français;
- caractériser les médias ukrainiens et français selon l'orientation politique et idéologique;
- comparer la correspondance de la langue des médias ukrainiens et français aux normes internationales de couverture de sujets sociaux sensibles;
- effectuer une analyse comparative des moyens linguistiques utilisés par les journalistes ukrainiens et français pour couvrir les sujet qui tombent sous l'influence du politiquement correct;
- identifier les moyens les plus fréquents et les plus convenables de la traduction pour exprimer le contenu sémantique des marquants du politiquement correct lors de leur traduction vers l'ukrainien;

L'objet de l'étude font les marquants du politiquement correct dans les textes des médias ukrainiens et français.

Le sujet de l'étude font les moyens de traduction des unités politiquement correctes dans les textes médiatiques français vers l'ukrainien.

La base méthodologique de notre travail est fondée sur les principes généraux de l'analyse systémique. Dans notre étude, nous avons fait recours aux méthodes empiriques telles que : méthodes contextuelle et situationnelle, distributionnelle, interprétative, descriptive, comparative, analyse statistique et quantitative.

La nouveauté scientifique de l'étude est déterminée par plusieurs circonstances. Premièrement, par la systématisation de la couche lexicale du politiquement correct des textes médiatiques français et ukrainien sous un aspect comparatif, conformément aux thèmes des marquants du politiquement correct. Deuxièmement, par l'établissement des transformations utilisées pour traduire des

unités politiquement correctes du français en ukrainien. Finalement, par la présentation du matériel d'illustration sous forme de diagrammes visuels, qui montrent les tendances dans la représentation des thèmes sociaux aigus dans les médias français et ukrainiens et les moyens dominants de la traduction de chacun des groupes d'unités en pourcentage.

La portée pratique de cette étude réside dans la possibilité d'utiliser ses résultats et ses conclusions pendant les cours de théorie et de pratique de la traduction, ainsi que lors des cours spéciaux de linguistique du texte, de linguistique communicative, de culture de la parole et lors de la traduction. En plus, les résultats pratiques de ce mémoire peuvent être utilisés en cours de traduction des textes contenant des unités lexicales politiquement correctes, pendant les travaux pratiques de lexicologie comparée (sémantique lexicale, synonymie), de pratique de la traduction et de stylistique (sens stylistique, variabilité normative et linguistique, tropes), ainsi que dans les recherches scientifiques sur ce sujet.

L'approbation des thèses théoriques principales, des résultats et des conclusions du mémoire est réalisée pendant la XVIII-ème Conférence panukrainienne scientifique et pratique des étudiants "Science and Technology of the XXI century" (Kyiv, le 7 Décembre 2017), pendant la II-ième Conférence panukrainienne scientifique et pratique des étudiants avec la participation internationale "La science du XXI-ier siècle: défis, priorités, perspectives de la recherche" (le 22 Mars 2018) et pendant la IV-ème Conférence panukrainienne scientifique et pratique des étudiants "Étudiant comme le sujet du processus de la modernisation des études supérieures du XXI-ier siècle: visions, valeurs, priorités" (le 19 Avril 2018).

Publications. Les thèses théoriques principales et les résultats de l'étude apparaissent dans les actes des conférences "Les euphémismes du politiquement correct dans les médias français" [9], "Le langage du politiquement correct dans les médias français" [8], "Le rôle de l'éducation de genre dans la formation des valeurs universelles d'étudiant" 10], et dans l'article scientifique "Marquants du politiquement

correct dans les textes des médias français" [25] publié dans la revue "Le bulletin scientifique de l'Université d'Etat de Kherson", 2018.

Mots-clés : texte médiatique, politiquement correct, idéologème, euphémisme, transformation de la traduction, calque, transcodage, modulation.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	14
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯВИЩА ПОЛІТКОРЕКТНОСТІ У МЕДІА ДИСКУРСІ.....	20
1.1. Політкоректність – суперечливе явище сучасного суспільства.....	20
1.2. Підходи до класифікації політкоректних одиниць.....	33
1.3. Визначення поняття "медіа текст" у лінгвістиці.....	42
1.4. Медійні ресурси як засіб впливу на громадську думку.....	46
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	49
РОЗДІЛ 2. МОВНІ ЗАСОБИ ПОЛІТКОРЕКТНОСТІ У ФРАНЦУЗЬКИХ І УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ТЕКСТАХ.....	51
2.1. Політичне забарвлення, стильові й прагматичні особливості українських медіа текстів.....	53
2.2. Політичне забарвлення, стильові й прагматичні особливості французьких медіа текстів.....	59
2.3 Маркери на пом'якшення дискримінації в українських і французьких медіа текстах.....	64
2.3.1. Статева дискримінація.....	64
2.3.2. Расова дискримінація.....	76
2.3.3. Дискримінація за сексуальною орієнтацією.....	80
2.4. Тактовність щодо особливостей здоров'я людини.....	83
2.5. Маркери вияву тактовності щодо соціальних проблем.....	85
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	89
РОЗДІЛ 3. ЗАСОБИ ВІДТВОРЕННЯ ПОЛІТКОРЕКТНИХ ОДИНИЦЬ ФРАНКОМОВНИХ МЕДІА ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ.....	92
3.1. Конотація як важливий чинник передачі семантичного наповнення політкоректних одиниць.....	92

3.2. Переклад маркерів на пом'якшення дискримінації.....	95
3.3.Переклад маркерів вияву тактовності щодо особливостей здоров'я людини.....	102
3.4. Переклад маркерів вияву тактовності щодо соціальних проблем...	106
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	110
ВИСНОВКИ	111
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	115
ДОДАТКИ	128

ВСТУП

Магістерську дисертацію присвячено зіставленню мовних маркерів політкоректності у французькому й українському медійному дискурсі та дослідженню перекладацького аспекту їхнього функціонування. У сучасних умовах напруження на міжнародній арені та загострення міжнаціональних, міжетнічних, військових, гендерних та інших соціальних конфліктів, особливого значення набуває встановлення успішної та ефективної комунікації між представниками різних культур і соціальних груп. Водночас, засоби масової інформації, які неупинно висвітлюють вищезгадані події, виступають одним із ключових факторів впливу на людську свідомість та формування громадської думки. У зв'язку з цим явище політкоректності стало невід'ємною частиною міжнародної, і франкомовної зокрема, лінгвокультури й неминуче позначилося на розбудові суспільних відносин. Саме з цих причин у сучасній лінгвістиці існує тенденція до перемикання центру уваги дослідників з питань внутрішньої організації мови на її прагматичний аспект і на дослідження широкого комплексу питань впливу мови на суспільство. Переклад, як відомо, слугує потужним інструментом міжкультурного спілкування, а у сфері засобів масової інформації він може стати гарантом успішної комунікації та взаєморозуміння між різними соціальними групами.

Теоретичним підґрунтям дослідження медіа тексту та особливостей його перекладу слугували праці вітчизняних і зарубіжних учених: К. Детрі, Д.Ю. Сизонова, Т.Г. Добросклонської, Н.І. Клушиної, Я.М. Засурського, А.М. Палієнко, Г.С. Мельник. Під час дослідження феномену політкоректності ми послуговувалися роботами Н. Фейрклоу, М. Вайгель, С.Г. Тер-Мінасової, К. Дельпорта, З.С. Трофімової, В.В. Майби, В.А. Авроріна, Кей М. Лоузі, Л.Г. Іоніна, Б. Вергелі й Дж. Чейта.

Актуальність дослідження зумовлено декількома факторами. По-перше, в науковій літературі немає єдиного підходу до аналізу політичної коректності,

відсутня і єдина дефініція поняття політичної коректності, незважаючи на те, що воно міцно закріпилося в багатьох мовах світу. По-друге, не дивлячись на те, що політкоректність як інструмент комунікативної стратегії поведінки спрямована на уникнення соціальних загострень і досягнення безконфліктної атмосфери в суспільстві, викликає чимало гострих дискусій, що самим цим фактом не відповідає його основній меті і лише підкреслює суперечливість цього явища. По-третє, об'єм досліджень, пов'язаних із перекладом політкоректної термінології у медійному дискурсі українською мовою є наразі недостатнім для встановлення остаточних висновків. Процеси глобалізації й інформатизації суспільства та роль перекладу в них зумовлюють необхідність ґрунтовного дослідження процесів і засобів перекладу в цій царині.

Зв'язок роботи з науковими темами. Дисертацію виконано в межах наукової теми "Мови професійної комунікації: лінгвокультурний, когнітивно-дискурсивний, перекладознавчий та методичний аспекти", яку розробляє кафедра теорії, практики та перекладу французької мови Національного технічного університету України "Київський Політехнічний Інститут імені Ігоря Сікорського", (протокол № 1 від 28 серпня 2009 р.. Проблематика роботи відповідає держбюджетній науковій темі № 0111U006668 Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України "Дослідження взаємодії одиниць мови й мовлення: комунікативно-когнітивний, соціокультурний, перекладознавчий, методичний та літературознавчий аспекти", затвердженої вченою радою факультету лінгвістики (протокол № 3 від 8.11.2010 р.).

Мета роботи полягає у виявленні мовних одиниць, що функціонують у французьких і українських медіа текстах як політично коректні, та встановленні засобів передачі їхнього семантичного наповнення у процесі перекладу шляхом здійснення зіставного аналізу.

Поставлена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

- зіставити протилежні погляди на визначення поняття "політична коректність" в соціальному й мовному аспектах та встановити причини й

передумови виникнення суперечливості в поглядах науковців на це явище;

- встановити структуру мови політкоректності з урахуванням теоретичних поглядів на класифікацію політкоректних евфемізмів і на шляхи їхнього творення;
- з'ясувати та систематизувати теоретичні підходи до вивчення поняття "медіа текст" як одиниці медіа дискурсу;
- визначити роль медійних засобів у впливі свідомість аудиторії;
- виділити комунікативні й мовні критерії функціонування маркерів політкоректності у французькому медіа тексті та на їх основі розробити класифікацію політкоректних одиниць у французьких ЗМІ;
- здійснити характеристику українських і французьких медіа за їх політичним і ідеологічним спрямуванням;
- порівняти відповідність мови українських і французьких ЗМІ міжнародним стандартам висвітлення чутливих соціальних тем;
- здійснити зіставний аналіз мовних засобів, які застосовують українські та французькі журналісти для висвітлення тем, що потрапляють під вплив політкоректності;
- виявити найчастотніші та найоптимальніші перекладацькі трансформаційні засоби вираження семантичного наповнення маркерів політкоректності під час їхнього перекладу українською мовою.

Об'єктом дослідження є маркери політкоректності в українському і французькому медіа текстах.

Предметом дослідження є засоби перекладу політично коректних одиниць у французьких медіа текстах українською мовою.

Матеріалом дослідження слугують медіа тексти з найбільш впливових французьких видань Le Monde, Le Figaro, Libération, Le Point, France Info, BFM TV, RFI, L'Express, France 24, France Info, DW France та тексти українських медійних ресурсів Подорожчів (Інтер), Факти (ICTV), Українська правда,

ZN.UA, Кореспондент, ТСН, Громадське телебачення, Радіо Свобода Україна, Вголос, ZAXID.NET, Укрінформ, ZIK, Vdbисокий замок загальним обсягом 400 статей в їхніх онлайн-версіях.

Методи дослідження. Досягнення поставленої мети і виконання завдань дослідження ґрунтуються на загальних положеннях *системного аналізу*. Визначення в контексті французького медіа простору маркерів політкоректності спирається на методи *контекстуально-ситуативного, дистрибутивного та інтерпретативного* аналізів. Методи *лінгвістичного спостереження й опису* застосовано для систематизації та класифікації політкоректних одиниць у французьких медіа текстах. Дослідження передбачає застосування методу *контрастивного* аналізу для порівняння особливостей вживання мови політкоректності у двох французькому й українському медіа полях та для встановлення особливостей відтворення у мові перекладу нейтральної конотації мови оригіналу. Для вирахування частоти вживання мовних маркерів політкоректності і застосованих для їхнього перекладу трансформацій було використано *статистичний та кількісний* підходи до опрацювання даних.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що в ньому вперше систематизовано прошарок політкоректної лексики французького й українського медіа дискурсу у зіставному аспекті відповідно до тематики маркерів політкоректності та визначено перекладацькі трансформації, які застосовують у процесі перекладу французьких політично коректних одиниць українською мовою. Новою є й презентація ілюстративного матеріалу у вигляді наочних схем, які демонструють тенденції репрезентації гострих соціальних тем у французьких і українських ЗМІ та домінантні засоби перекладу кожної з груп політкоректних одиниць у відсотковому співвідношенні.

Теоретичне значення дослідження визначається його внеском у теорію і практику перекладу, комунікативну лінгвістику, соціолінгвістику, лінгвістичну прагматику та медіа лінгвістику. Для соціолінгвістики,

комунікативної лінгвістики та медіа лінгвістики убачається важливою обґрунтована в роботі класифікація маркерів політкоректності, що функціонують у французьких медіа текстах, та порівняльна характеристика лексики французького і українського медіа дискурсу на предмет репрезентації гостросоціальних проблем. Висновки здатні слугувати основою для дослідження засобів перекладу політкоректних лексичних одиниць і придатні для використання у якості підґрунтя для вивчення й опису важливих соціальних питань французького й українського суспільства.

Практичне значення роботи полягає в можливості використання її основних теоретичних положень і висновків у курсах теорії і практики перекладу з французької мови, а також у спецкурсах з лінгвістики тексту, комунікативної лінгвістики, культури мовлення й безпосередньо для перекладу текстів, що містять політкоректні лексичні одиниці, на заняттях з практики перекладу, з порівняльної лексикології (лексична семантика, синонімія) та стилістики (стилістичне значення, норма і мовна варіативність, тропи) української та французької мов, а також у подальших наукових дослідженнях.

Апробацію основних теоретичних положень, результатів та висновків курсової роботи здійснено на XVIII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції "Science and Technology of the XXI century" (Київ, 7 грудня 2017 р.), на II Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції з міжнародною участю "Наука XXI століття: виклики, пріоритети, перспективи досліджень" (22 березня 2018 р.) і на IV Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції "Студент як суб'єкт процесу модернізації вищої освіти XXI століття: візії, цінності, пріоритетні завдання" (19 квітня 2018 р.)

Публікації. Основні теоретичні положення і результати дослідження відображено в тезах "Les euphémismes du politiquement correct dans les médias français" [9], опублікованих в матеріалах конференції "Science and Technology of the XXI century", 2017 р., "Le langage du politiquement correct dans le médias

français" [8], опублікованих у матеріалах конференції "Наука XXI століття: виклики, пріоритети, перспективи досліджень", 2018, "Роль гендерної освіти у процесі формування системи загальнолюдських цінностей студента" [10], опублікованих у матеріалах конференції "Студент як суб'єкт процесу модернізації вищої освіти XXI століття: візії, цінності, пріоритетні завдання", 2018 р., та у статті "Мовні маркери політкоректності у французькому медіа тексті" [26], опублікованій в журналі "Науковий вісник Херсонського державного університету", 2018 р.

Структура. Магістерська дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і 20 додатків. Загальний обсяг роботи становить 179 сторінок, обсяг її текстової частини – 114 сторінок. Список використаної літератури містить 120 джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯВИЩА ПОЛІТКОРЕКТНОСТІ У МЕДІА ДИСКУРСІ

1.1. Політкоректність – суперечливе явище сучасного суспільства

Навколо визначення терміну "політкоректність" з самого початку його виникнення точилися суперечки і панувала невизначеність. У процесі дослідження цього явища важливо запропонувати найоптимальніші шляхи вирішення питання, виділити і зважити аргументи усіх сторін, взяти до уваги важливість проблеми й усвідомити її вплив з метою встановлення й підтримання балансу.

Професор Ланкастерського університету Норман Фейрклоу переконаний, що однією з основних проблем суперечливості й невизначеності у вивченні політкоректності є занадто односторонній підхід до цього питання. Автор вбачає у полеміці щодо політичної коректності насамперед політичну суперечку, в якій обидві сторони так чи інакше пов'язані з культурної політикою – цариною політичного процесу, зосередженою на репрезентативності, моральних цінностях та ідентичностях. Як вважає Фейрклоу, для того, щоб краще зрозуміти суть політкоректності, необхідно насамперед розібратися, чому мова і політика так тісно пов'язані між собою, і як саме зміни у мові й культурі можуть спричинити соціальні зміни у соціальному й історичному контексті. Іншими словами: як можна охарактеризувати зв'язок між суспільством, мовою і культурою? Учений переконаний, що зміни в культурі нерозривно пов'язані зі змінами в мові, а корінь полеміки щодо політкоректності, яка часто помилково вважається лише мовним питанням, лежить саме в соціально-історичному, культурному й політичному аспектах [79].

На його думку, поширеною помилкою є надмірне зосередження дослідників на конкретних ситуаціях і випадках спроб внесення змін до культури й дискурсу, що відбувалися найчастіше через поширення різноманітних феміністичних й антирасистських рухів. Як результат, науковці, що керувалися таким підходом, у результатах своїх досліджень проявляють власне суб'єктивне ставлення до політкоректності і діляться на два табори — прихильників і супротивників цього явища. Прихильники схвалюють його на тій підставі, що воно здатне ефективно боротися з нетерпимістю, упередженістю і несправедливістю. Недоброзичливці ж убачають у ньому інструмент політичного контролю, маніпуляції і перешкоди для свободи слова, обґрунтовуючи свою точку зору тим, що політична коректність іноді заходить занадто далеко, і що багато загальноприйнятих виразів, запропонованих в якості "політично коректних" здаються перебільшеними, неприродними і взагалі безглуздими. Крім того, вони стверджують, що політкоректність часто спотворює значення слів і спрямовується проти ясності мови і, таким чином, призводить до її погіршення [79].

Політкоректність як позитивне явище розглядають такі відомі дослідники як С.Г. Тер-Мінасова, Крістіан Дельпорт, З.С. Трофімова, В.В. Майба, В.А. Аврорін, Кей М. Лоузі, як негативне – Л.Г. Іонін, Бертран Вергелі й Джонатан Чейт.

Найбільш нейтральне визначення пропонує дослідниця мови політкоректності С.Г. Тер-Мінасова [49]. За її словами, політкоректність – це практика пошуку нових способів мовного вираження замість тих, які можуть зачепити почуття та гідність представника певної соціальної групи.

Французький дослідник Крістіан Дельпорт вважає, що політкоректність – це спосіб мислення, який з метою визнати ідентичність меншин та груп прагне вилучити з лексики всі одиниці, які могли б проявити зневажливе, образливе чи дискримінаційне ставлення в їх бік, та викликати стигматизацію походження людини, її фізичних особливостей, поведінки та соціального

становища. Учений називає політкоректність "переосмисленням словникового складу" [75].

З.С. Трофімова визначає термін "політична коректність" як правильну, коректну політичну позицію, що з'явилася у зв'язку з виникненням ідеї культурного плюралізму і, як наслідок, необхідності відповідно до нової ідеології пропорційна представляти твори літератури і мистецтва, досягнення в суспільному і політичному житті, які стосуються представників усіх етнічних і сексуальних меншин [50, с. 227].

В.В. Майба під мовою політкоректності розуміє саме лексичні одиниці, "очищений", "правильний" варіант мови, який виключає чи зводить до мінімуму дискримінацію соціальних груп, що перебувають в не вигідному становищі. Вчена розглядає мову політкоректності як дворівневе утворення, що включає ідеологеми, тобто слова і вирази, які безпосередньо виражають цінності та засади політкоректності, і власне політкоректні мовні одиниці, які є результатом застосування ідеологем політкоректності до мовної системи [34, с. 102-108].

На думку В.А. Авроріна [1, с. 175], політкоректність є одним із напрямків мовної політики – планомірного впливу на мовну ситуацію, а саме на збереження або зміну внутрішнього устрою мови. До того ж, вона є базовою складовою політичної культури, багатоаспектним мовним і лінгвокультурним феноменом, що вносить зміни в мовну норму.

Найпоширеніше визначення політкоректності, яке найчастіше зустрічається у сучасних дослідженнях, виводить Кей М. Лоузі. На її думку, політкоректність – це система програм, ініціатив та поглядів, розроблених з метою вдосконалення взаємодії суспільства з певними соціальними групами та покращити їх життя і роль у суспільстві [88].

Розглянемо декілька визначень, запропонованих вченими, які у своїх працях вбачають у політкоректності реально існуючу загрозу – це, зокрема, Л.Г. Юнін, Б. Вергелі й Дж. Чейт.

Соціолог та автор численних праць про політкоректність Л.Г. Іонін стверджує, що політична коректність – це ідеологія сучасної масової демократії, яка слугує, з одного боку, обґрунтуванню внутрішньої і зовнішньої політики західних держав і союзів, а з іншого – придушенню інакомислення і забезпечення ідейного і ціннісного консенсусу. Політкоректність в інтерпретації автора – це більше ніж прояв ввічливості і такту, це прагнення вербально прикрасити світ, зробити його приємнішим для життя, ніж він є насправді. На думку Л.Г. Іоніна, політкоректність перетворилася в сучасну соціальну ідеологію, яка жорстоко диктує способи бачення і розуміння світу [18].

За словами французького філософа та публічної особи Бертрана Вергелі, політична коректність – це втілення механізму соціального терору, який не обмежується соціальною ізоляцією тих, хто протистоїть ідеології правильної мови, але й вимагає від них відповідати за свої дії. У такому контексті ставиться під загрозу питання свободи слова та вираження поглядів. Автор висловлює думку, що будь-яка спроба назвати своїми іменами певний прояв несхожості зараз розглядається як загроза рівноправ'ю та прояв ненависті. "У цій егалітарній фантазії будь-яка словесна згадка про несхожість та відмінність між людьми зараз сприймається як утиск чи дискримінація, підсумовує філософ. Все заходить настільки далеко, що одного дня всіх шокуватиме вживання слів "чоловік" або "жінка" [65].

Одним із найвідоміших супротивників політкоректності в США є Джонатан Чейт, статті якого наробили чимало галасу в країні. На його думку, політкоректність – це стиль політики, в якому більш радикальні члени лівих намагаються регулювати політичний дискурс, і тим самим визначити погляди, протилежні їхнім, як фанатичні та нелегітимні. Джонатан Чейт пише, що цей термін використовують, щоб описати різні явища: ввічливість (навіть надмірну), ухилення від істини або лібералізм у цілому (чим і зловживають консерватори). Але, на його думку, політична коректність – це не прояв

прагнення до соціальної рівності, це система лівих ідеологічних репресій. Вона не тільки не є формою лібералізму, вона суперечить ідеям лібералізму. До того ж, її жертвами найчастіше виявляються самі ліберали [66].

Повертаємося до точки зору Н. Ферйклоу, який стверджує, що категоричний підхід до визначення політкоректності є хибним і, як наслідок, породжує хибне уявлення про це багатогранне явище. Як пише дослідник, розглядати політкоректність потрібно дещо ширше, а саме брати до уваги соціальні перетворення останніх десятиліть. На його думку, спроби отримати загальне визнання антирасистської й антисексистської мов є не такими значними у порівнянні з систематичним поширенням й насадженням неоліберальної ідеології й мови через вплив медіа і владу міжнародних організацій таких як, наприклад, Світовий банк і Організація економічного співробітництва. Спроби реформування культури й дискурсу можуть набувати різних форм, що перешкоджає усвідомленню глобальності цього процесу. Таким чином, поширення політкоректності – це не результат боротьби кількох груп проти системи, це закономірний наслідок змін у суспільстві, яке з кожним роком стає все більш ліберальним [79].

Першими, хто потрапив під шквал критики за політкоректність, були гучні справи за участі послідовників фемінізму й антирасизму, які намагалися переконати роботодавців й університети змінити їхній погляд на роботу з людьми й прийняти положення, які б регулювали й фільтрували мову, запобігали проявам сексистської й расистської поведінки і вводили альтернативні варіанти неприйнятної в робочому середовищі лексики. Тобто, критиці піддалися явні, очевидні спроби оскаржити та змінити індивідуальну поведінку та мову. Тим часом, з іншого боку неоліберальний рух, який впроваджував переосмислення цінностей та уявлень, в основному ґрунтувався на прихованому впливі, що здійснювався через міжнародні агентства, національні уряди, медіа, бізнес чи громадські організації [79].

Таким чином, ми погоджуємося з думкою Н. Фейрклоу, що розглядати поняття політкоректності як мовне явище необхідно через крізь призму історії, політики та соціології. Оскільки підходи до визначення політкоректності є доволі суб'єктивними і залежать від багатьох чинників – насамперед історичних, соціальних, політичних, необхідно взяти до уваги ці фактори, виявити закономірності, які формують те чи інше ставлення до цього явища.

Науковиця із Гарвардського університету Мойра Вайгель стверджує, що, заглибившись в історію виникнення явища політкоректності, можна помітити, що вона є недостатньо вивченою і досить нечіткою, а саме поняття політкоректності стало надзвичайно підступним для сприйняття. Риторики античної Греції віднесли б це поняття до екзонімів — термінів, які використовуються членами однієї групи на позначення чужорідного явища, притаманного виключно членам іншої групи. Іншими словами, жодна людина ніколи не назве себе "політкоректною", адже ця характеристика в усіх випадках спрямовується на іншу людину, миттєво стає негативною і практично завжди застосовується як обвинувачення. На думку Н. Фейрклоу, супротивники політкоректності чіпляють ярлики на активістів з різних груп людей (вчителів, учених, феміністів й інших активістів) і називають їх "політкоректними", а іноді навіть посилаються на них колективно, ніби вони складають свого роду однорідний соціальний рух [93]. Норман Фейрклоу стверджує, що більшість активістів ніколи не назвуть свої дії "політкоректними" і не віднесуть себе до "політкоректного" руху, а термін "політична коректність" стає ярликом, накладеним на людей їхніми політичними опонентами [79]. Таким чином, у сучасній практиці стверджувати, що певна заява або твердження є "політкоректними", означає звинувачувати мовця у нещирості, корисливих думках, приховування правди задля просування певних політичних переконань або демонструванні переваги власних моральних поглядів.

На підтвердження цієї думки Мойра Вайгель пише, що в ході історії існували кампанії і рухи виключно проти політкоректності, і жодного з них —

за. Багато років боротьба проти цього незрозумілого й невидимого ворога була однією з улюблених ігор послідовників політики правих. Для прикладу, Дональд Трамп у своїй ексцентричній передвиборчій кампанії цілеспрямовано виступав проти політкоректності й звинувачував її у всіх бідах країни. Дії і політичні ходи, у яких ліберали вбачали можливість відображення у мові всієї широти розмаїття сучасного суспільства й уникнення безглузвих образ стосовно один одного, Дональд Трамп вважає за змову [93].

Теорія про те, що існує список впливових діячів, які намагаються контролювати всі ваші дії і навіть слова, є надзвичайно поширеною по всьому світу. Британські праві таблоїди часто пишуть про "політкоректність, яка виходить з-під контролю" і виступають проти снобізму й лицемір'я "столичної еліти". У Німеччині консервативні журналісти й політики висувують подібні скарги: після випадків насилля над жінками у Кельні у новорічну ніч, наприклад, голова міської поліції проголосив, що ліві політики змушували офіцерів поліції бути "політкоректними", що заважало їм виконувати свою роботу. У Франції президент праворадикальної партії "Національне зібрання" Марін Ле Пен звинуватила консерваторів у тому, що їх "паралізувало від страху перед політкоректністю" [93].

Поняття політкоректності зароджується в США. Ніхто навіть не чув про таке явище до тих пір, поки у 1990 році в газетах та журналах не почали з'являтися статті на цю тему. Одна з перших і найвпливовіших статей була опублікована в жовтні репортером "Нью-Йорк Таймз" Річардом Бернштейном. Її заголовок попереджав про загрозу "повсюдної гегемонії політкоректності, нетолерантності, закриття усіх дебатів й здійснення тиску на студентів". Повернувшись з університету Берклі, де він звітував про студентську активність, Берстайн писав, що в закладі існує "неофіційна ідеологія", яка встановлює "певну точку зору про расу, екологію, фемінізм, культуру та зовнішню політику", яка там вважається "правильним баченням проблем світу". Обґрунтовуючи свою заяву, він наводить такий приклад: "екологічні

сміттєві пакети отримують політкоректне схвалення, яке нафтова компанія *Exxon* ніколи не отримає" [93].

Робота Бернстайна започаткувала ланцюгову реакцію — після неї одна за одною почали публікуватися статі, що засуджували нову тенденцію. У наступному місяці оглядач *Wall Street Journal* Дороті Рабинович висловила обурення з приводу "прекрасного нового світу ідеологічного фанатизму" в американських університетах. У грудні обкладинка *Newsweek* з тиражем більше 3 мільйонів містила заголовок "Поліція думки" і ще одне зловісне попередження: "Існує політично правильний спосіб говорити про расу й стать. Що це — нове Просвітництво або новий Маккартизм?" Аналогічна історія прикрашала обкладинку журналу *New York Magazine* у січні 1991 року, де йшлося про "нових фашистів", які захоплюють університети. У квітні журнал *Time* писав про "нову нетолерантність", яка постійно зростала по всій країні. Більшість таких статей зазвичай використовували ті самі історії про університетські кампуси й жменьку еліти — історії, які часто були перебільшеними або вирваними з контексту. Не дивлячись на недостовірність інформації в цих публікаціях, образ студентів, які влаштовують "переслідування інакодумців", надовго закріпився у свідомості читачів [93].

У ході 90-х років минулого століття консерватори атакували мультикультуралізм — силу, яка, на їхню думку, відбирала робочі місця, що традиційно призначалися для білих робітників. Ця практика дозволила їм перекласти відповідальність за труднощі, що стоять перед багатьма їхніми виборцями. Вони звинувачували в усіх проблемах не скорочення соціальної допомоги, не зниження податків, не закриття профспілок й навіть не аутсорсинг. За їхньою версією, причиною були "інші", "іноземці". Політкоректність стала корисним винаходом республіканців, оскільки вона допомагала їм налаштовувати робітничий клас проти демократів. Це поняття використовувалося для того, щоб переконати народ, що існує велика

прірва між "звичайними людьми" та "ліберальною елітою", яка прагне керувати мовою і думками звичайних людей [93].

Після 2001 року дебати про політкоректність вщухли, повернувшись з новою силою тільки в останні роки президенства Барака Обами з розгортанням нової передвиборчої кампанії, виникненням руху *Black Lives Matter* й боротьби проти сексуального насилля. Якщо під час першої хвилі проти політкоректності критикувався надмірний контроль і насадження ідей, цього разу критики посилялися на "розбещених міленіалів, які заважають іншим висловлювати свою думку й ображаються на кожне необережне слово [93].

Важливо зазначити, що серед політиків важко знайти відвертих прихильників політкоректності, адже, як ми вже зазначали вище, цей термін у більшості випадків використовується у статтях, які критикують це явище. Багато хто послуговується таким поняттям як "ввічливість" або "комунікативна коректність". Тут можна провести паралелі між головним "ворогом" політкоректності у США Дональдом Трампом й його опоненткою Гіларі Клінтон. Вона належить до Демократичної партії США й веде ліберальну "політику ідентичності", що за Стендфордською енциклопедією філософії є видом політичної діяльності, заснованим на спільному досвіді несправедливості стосовно членів певних соціальних груп, і який Мойра Вайгель називає "близьким родичем політкоректності" [93].

Таким чином, головними аргументами, якими озброїлися критики політкоректності, стали такі:

- 1) Політкоректність нав'язує власний мовний код у суспільстві й обмежує право людини на власну думку й свободу слова;
- 2) Політкоректність не несе жодної користі соціальним групам, які покликана захищати, адже складну ситуацію неможливо змінити, змінивши мову;
- 3) Послідовники політкоректності використовують її виключно з корисливою метою не запламувати власну репутацію.

Оскільки супротивники політкоректності часто пов'язують її з порушенням свободи слова, важливо дати визначення цьому поняттю. Європейська конвенція з прав людини проголошує: "Кожен має право на свободу вираження поглядів [...] Здійснення цих свобод, оскільки воно пов'язане з обов'язками і відповідальністю, може підлягати таким формальностям, умовам, обмеженням або санкціям, що встановлені законом і є необхідними в демократичному суспільстві в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадської безпеки, для запобігання заворушень чи злочинів, для охорони здоров'я чи моралі, для захисту репутації чи прав інших осіб, для запобігання розголошенню конфіденційної інформації або для підтримання авторитету і безсторонності суду" [15]. Отже, свобода слова може обмежуватися тільки у випадках, встановлених законом, а одним з таких виключень є прояви дискримінації, які порушують права людини, розпалюють ворожнечу й є неприпустимими в демократичному суспільстві.

Офіційний державний сайт, присвячений боротьбі з дискримінацією, посилається на Кримінальний кодекс Франції, стверджуючи, що дискримінація – це недоброзичливе й нерівноправне ставлення до людини порівняно з іншими людьми. Таке ставлення зазвичай базується на критеріях, заборонених законом. Існує 23 дискримінаційні критерії: походження; стать; сімейний стан; вагітність; зовнішній вигляд; фінансова ситуація; родове ім'я; місце проживання; стан здоров'я; втрата самостійності; інвалідність; генетичні характеристики; звичаї та устої; сексуальна орієнтація; гендерна ідентифікація; вік; політичні погляди; участь в профспілках; мова; причетність або непричетність, правдива або можлива, до етнічної групи, нації, раси чи релігії. Така форма несприятливого ставлення може проявлятися в таких ситуаціях: доступ до працевлаштування, доступ до житла, освіта (умови реєстрації, прийом, оцінювання) або надання товарів та послуг (доступ до клубів, ресторанів, до громадських установ, надання кредиту...). Дискримінація є незаконною й карається у всіх випадках, передбачених законом [68].

Враховуючи вищесказане, не можна не погодитися з думкою, що прагнення покінчити з дискримінацією, з соціальною та расовою несправедливістю, подолати конфронтації між різними соціальними верствами і етнічними групами, захистити права особистості, яке послідовники політики правих називають "політкоректністю", не спрямоване на обмеження прав та свобод вираження думки, оскільки воно покликане боротися з проявами порушення прав, встановленими законом. До того ж, суспільні діячі й політики лівого спрямування ведуть боротьбу як на політичній арені, домагаючись скасування дискримінаційних законів і правил, так і в мовній сфері, створюючи нову термінологію [55]. Тобто, стаючи на захист незахищених верств населення, людина ризикує стати жертвою критики тих, хто вважає, що право на свободу слова дає їм право принижувати не таких, як вони, або ж, за їхніми словами, "висловлювати власну думку". Парадокс цієї ситуації полягає в тому, що людина порушує закон, прикриваючись законом, у цьому випадку свободою слова.

Точку зору про те, що суспільству потрібні "видимі дії", а одні лише зміни в мові не здатні спричинити змін у суспільстві, теж знаходить своє спростування в наукових працях. Спростовує її насамперед відома гіпотеза лінгвістичної відносності Сапіра-Ворфа. Згідно з цією гіпотезою, кожна людина має фундаментальну потребу в осмисленні світу, і у цьому процесі основним інструментом є мова. Саме через мову культура впливає на мислення людини і на те, як вона сприймає світ. Завдяки цій гіпотезі з початку першої половини 20 століття мова починає розглядатися як важливий фактор у формуванні сприйняття дійсності. Едвард Сапір і Бенджамін Ворф одними з перших заявили про те, що мова заздалегідь визначає те, як ми бачимо навколишній світ, фільтрує реальність, і оточення ми бачимо лише в категоріях нашої мови. Згідно із Е. Сапіром, дійсність значною мірою побудована на мовних звичаях соціуму. На його думку, різні соціальні групи є різними світами, а не просто одним світом, до якого прикріплено різні етикетки. Б. Ворф

у свою чергу стверджує, що шляхи, якими людина організовує світ і поділяє його на концепти, приписує значення, кодифіковані головним чином закономірностями нашої мови [61].

Про те, що мова є одним із головних факторів, які провокують зміни у суспільстві, пише також Н. Фейрклоу. У своєму дослідженні вчений бере за основу визначення англійського теоретика культури Реймонда Вільямса, який визначає культуру як знакову систему, одиницями якої є репрезентації (*representations*), цінності (*values*) й ідентичності (*identities*). Соціальний аналіз вивчає діалектичні відносини між знаковими системами та іншими аналітично відокремленими системами – економічними, політичними тощо. Оскільки діяльність людини нерозривно пов'язана з мисленням, завжди існує діалектичний зв'язок між діями людини і тим, як вона ідентифікує й позначає ці дії за допомогою мовних засобів. Якщо розглядати культуру як знакову систему, можна прослідкувати зв'язок між культурою та мовою, яка теж є знаковою системою. Таким чином, Н. Фейрклоу проводить паралель між культурою і мовою [79].

За Норманом Фейрклоу, певна форма суспільного життя є видом соціальної діяльності, яка поєднує в собі культуру, мову (дискурс) й інші елементи соціальної діяльності, а соціальні зміни — це зміни у системі соціальної діяльності та у зв'язках між її елементами. Тобто, зміни у соціумі починаються насамперед від змін у мові й культурі й спричиняються двома чинниками: так званими мовними й культурним триггерами. За останні декілька десятиліть значення культури й мови набуває все більшої важливості у сучасному світі й відіграє не останню роль у безперервному процесі змін у соціальному житті [79].

Соціальні зміни — це зміни у системі соціальної діяльності й співвідношенні її елементів. Елементами соціальної діяльності є [79]:

- дії й процеси;

- суб'єкти, наділені репрезентаціями, знаннями, переконаннями, цінностями, життєвими позиціями, призначеннями;
- соціальні відносини;
- соціальні засоби й інструменти;
- об'єкти;
- час і простір;
- мовлення.

Усі елементи соціальної діяльності тісно пов'язані між собою – люди взаємодіють і постають перед соціумом так, як вони себе позиціонують, і навпаки – діяльність людини формується і змінюється залежно від того, як її сприймає навколишній світ [79].

Ця точка зору базується на теорії соціального конструктивізму – теорії побудови соціального життя на основі дискурсу. Процеси культурних і дискурсивних змін, включаючи політичну коректність, можна розглядати як спроби змінити мовлення з припущенням, що зміни в дискурсі можуть призвести до зміни в соціальній практиці через процеси інтерналізації [79]. Інтерналізація – поняття, що означає процес, в ході якого індивід вивчає і сприймає соціальні цінності і норми як обов'язкові, переводячи їх на "внутрішній" рівень [28]. Наприклад, якщо індивід привчається говорити "партнер" замість "коханець", "хлопець", "дівчина", "бойфренд" тощо, це може призвести до змін у сприйнятті позашлюбних стосунків і в тому, як люди реагують на них. Тобто, перетворення у мовленні – це не просто перейменування, це зсув до іншої сфери цінностей. Ключовим тут є слово "потенційно" – Фейрклоу пропонує брати до уваги помірковану форму соціального конструктивізму Соєра [91], яка припускає, що дискурс потенційно може формувати й перетворювати соціальні відносини, структури й соціальне життя, але не дає гарантії такого ефекту, оскільки схильність людини до дотримання встановлених норм може стати перешкодою на шляху до таких змін [79].

Отже, питання політкоректності – це не лише лінгвістичне, а й багатогранне соціально-історичне, культурне й політичне питання, яке досі залишається недостатньо вивченим, і до вивчення якого у науковців немає однозначного підходу. Оскільки вчені, журналісти й суспільні діячі з усього світу розглядають це явище крізь призму власних політичних поглядів, виникли різні трактування цього явища. Враховуючи певний рівень суб'єктивності й політизованості, притаманний кожному з досліджень політкоректності, дійти спільної думки у наданні визначення досі не вдалося.

У нашій роботі ми не вдаватимемося до політичних поглядів і розглянемо політкоректність та її маркери як лінгвістичний інструмент, спрямований на зміни у певних сферах суспільного життя. Мова, будучи нерозривно пов'язаною з культурою, є рушієм змін у суспільстві й основним інструментом впливу у сучасному глобалізованому світі. На нашу думку, найдоцільніше вивчати мову політкоректності як засіб досягнення соціальних та політичних змін через зміну мови.

1.2. Підходи до класифікації політкоректних одиниць

Оскільки політкоректність — явище суперечливе, і через суб'єктивність підходів учені не можуть дійти спільної думки щодо визначення цього поняття, не існує й універсального підходу до класифікації мовних маркерів політкоректності.

В.В. Майба стверджує, що серед політкоректних лексичних одиниць доцільно виділити два прошарки лексики. Перший прошарок – це лексика, яка використовується для безпосереднього формування політкоректної картини світу (політкоректні ідеологеми). Ця лексична група фіксує головні цінності політкоректності, а також ті поняття, які протиставляються цим цінностям, оскільки не відповідають їм. Другим великим прошарком виступає власне політкоректна лексика, яка включає до свого складу "правильні",

"допустимі" найменування соціальних явищ. В свою чергу власне політкоректна лексика поділяється на численні групи та підгрупи [34].

Значну частину політкоректної лексики складають мовні одиниці, які використовують для безпосереднього формування політкоректної картини світу. Ця лексична група функціонує на протиставленні двох груп термінів: групи, яка включає поняття, що позначають основні засади та цінності політкоректності, та групи, що позначає поняття, які протиставляються цим цінностям та проти яких необхідно боротися. Відмінність цього прошарку політкоректної лексики полягає в тому, що вона задає і закріплює настанови і принципи, на відміну від власне політкоректної лексики, яка безпосередньо реалізує ці принципи і настанови [34].

Під час надання характеристики цього лексичного прошарку доцільно використовувати лінгвістичне поняття *ідеологема*. Це поняття широко використовується для опису політичної мови та політичних мов (тобто політичних діалектів, які обслуговують потреби різних політичних сил в рамках однієї культури) [34, с. 102]. Смисловий зміст слова або виразу, який є ідеологемою, неоднаково розуміється прихильниками різних політичних поглядів. Особливо часто ці відмінності пов'язані з емоційним забарвленням слова, на яке переноситься оцінка відповідного явища [53].

Ідеологема значною мірою "замкнена на собі". Основна її функція полягає не стільки в категоризації дійсності (тобто у виділенні особливої групи явищ), скільки у вираженні оцінки і в утвердженні певної цінності. Категоризація в цьому випадку також має місце, однак вона витісняється на периферію. Взагалі, для політичної мови характерно переважання оцінки над інформативністю. Обумовлено це тим, що ідеологема є перш за все засобом впливу. Для ідеологічного і політичного дискурсу є характерним намір переконати людей і спрямувати їхні дії в потрібному напрямку, а переважання оцінки сприяє досягненню цієї мети. Цей лексичний прошарок вже розглядався дослідниками, але не виділявся в якості самостійного. Іншими словами,

функціональному навантаженню подібних лексем до сих пір не було приділено належної уваги, а самі вони включалися до складу політкоректної мови на тих підставах, що й власне політкоректна лексика [54].

Політкоректність як ідеологія пропонує полярну картину суспільного життя, виділяючи в ній "хороше" ("правильне", "добро") і "погане" ("неправильне", "зло"). Отже, на абстрактному рівні ми маємо поняття, які задають базові цінності політкоректності, а також їхні "антиподи", тобто небажані, неприпустимі явища й установки, які повинні бути викорінені з соціального життя. Це можна зобразити за допомогою такої таблиці: у лівій колонці перелічуються основні цінності ідеології політкоректності, а в правій – негативні явища, які, з точки зору політкоректності, необхідно подолати [34, с. 103]:

Позитивні явища	Негативні явища
<i>La diversité</i> /Єдність в розмаїтті	<i>La hiérarchie</i> /Ієрархічність
<i>L'égalité</i> /Рівноправ'я	<i>La discrimination</i> /Дискримінація
<i>La tolerance</i> /Терпимість	<i>L'intolerance</i> /Ненависть
<i>Le respect</i> /Повага	<i>L'humiliation</i> /Прийиження
<i>L'inclusion</i> /Інклюзивність	<i>Exclusion</i> /Виключення з певної групи

Останні два терміни потребують додаткового тлумачення, оскільки не мають точних еквівалентів для перекладу. Термін *inclusion* часто використовують в значенні "рівноправ'я, справедливий розподіл простору, можливостей та обов'язків" [78], і може вживатися в таких словосполученнях як *інклюзивна мова* або *інклюзивне суспільство*. Ідея *всеохоплення*, яка лежить в основі цього поняття передбачає, що людина повинна не виключати різні соціальні і культурні явища як "чужі", а навпаки прагнути прийняти їх як "свої".

Типовою ідеологемою є і сам термін політкоректність, адже він у стислому вигляді висловлює сукупність цінностей, принципів і настанов, які

складають суть цього явища [35, с. 103]. Перераховані вище терміни формують ядро мовної репрезентації ідеології політкоректності. Однак, картина залишиться неповною, якщо не врахувати лексичний прошарок, який іменує різновиди "зла", яким протистоїть політкоректність. До цього прошарку належать, наприклад, назви видів дискримінації, утворені за допомогою суфікса – *isme* [34, с.104].

Наведемо декілька прикладів таких видів дискримінації:

Вид дискримінації	Дефініція
<i>Capacitisme</i> <i>ou</i> <i>validisme</i>	дискримінація людей з обмеженими фізичними і розумовими можливостями [63];
<i>sexisme</i>	дискримінація на основі статевої ознаки [94], також <i>genderism</i> ;
<i>racisme</i>	ідеологія, заснована на ієрархії між групами осіб, "расами" та поведінка, що базується на цій ідеології [94];
<i>élitisme</i>	переконання або політична система, яка відбирає еліту на протигагу іншим членам групи, спільноти або суспільства [73];
<i>lookisme</i>	дискримінація на основі зовнішнього вигляду [84];
<i>âgisme</i>	дискримінація на основі віку [80].

Слова, які належать до ідеологем політкоректності й утворені за цією ж моделлю, досить чисельні, і наведений перелік не є вичерпним. Не всі з них тлумачаться словниками, крім того, зазначені слова в деяких випадках є суспільно-політичними або науково-практичними термінами, тобто ще не стали поширеними. Проте модель працює і ефективно обслуговує ідеологію політкоректності. Варто також вказати на те, що ця словотворча модель сама по собі не нав'язує оцінок [34, с. 104]. Наприклад, існують такі терміни як

féminisme (рух, який виступає за покращення і розширення ролі та прав жінок у суспільстві — *mouvement militant pour l'amélioration et l'extension du rôle et des droits des femmes dans la société* [94]) і *multiculturalisme* (coexistence des plusieurs cultures – співіснування багатьох культур [94]) які з точки зору ідеології політкоректності стверджують позитивні цінності.

У цьому ж переліку варто згадати складні іменники з частиною *-phobie*: *xénophobie* (*hostilité systématique manifestée à l'égard des étrangers* – ксенофобія, ворожість відносно іноземців [94]), *islamophobie* (*hostilité envers l'islam, les musulmans* – ісламофобія, ворожість відносно ісламу та мусульман [94]); *homophobie* (*hostilité systématique à l'égard des homosexuels* – гомофобія, ворожість до людей з нетрадиційною сексуальною орієнтацією [94]).

Периферію польової структури поняття "політкоректність" представляють "власне політкоректні" мовні одиниці: для створення "правильної" мови часто використовують тропи і фігури мови: евфемізми, перифрази, літота і інші. Замість неполіткоректних слів вживають штучно створені, стилістично нейтральні слова [40, с. 22].

З'явилася усталена класифікація політкоректної лексики за смисловою ознакою. Фактично в її основі лежить виділення типів дискримінації, які долає та чи інша лексема: за статевою і сексуальною ознакою, за національною ознакою, за релігійною ознакою, за ознакою віку, стану здоров'я, зовнішності, соціального статусу тощо [34, с. 104].

Евфемізм (від грец. *eu* – добрий, благодійний та *phêmetê*) – це фігура, яка приховує неприємні або сумні поняття об'єктивної реальності за допомогою термінів, які не є прямими назвами цих понять, а відіграють роль вуалі та за потреби виражають ці поняття у більш прийнятній, менш шокуючій або більш чесній формі [40, с. 158].

Лексика політкоректних висловлень представлена переважно евфемізмами, які, будучи емоційно нейтральними словами або виразами, вживаються замість синонімічних їм слів або виразів, які можуть здатися

непристойними, грубими або нетактовними. Проте існує щонайменше дві серйозні відмінності політкоректної лексики від звичайних евфемізмів. По-перше, політкоректні евфемізми значно ширші від звичайних евфемістичних конструкцій, оскільки вони зачіпають не лише лексичний, але і синтаксичний, морфологічний та словотворчий рівні [22, с. 115].

Евфемія, що дозволяє з достатньою точністю замінювати неприпустимі лексеми, є одним з основних інструментів творення політкоректної лексики.

О.М. Лазаревич поділяє політкоректні евфемізми в медіа на такі найбільш поширені типи і, відповідно, підтипи [32, с. 120]:

- *евфемізми*, пов'язані з позначенням *фізичних і розумових недоліків* (фізичні недоліки, розумові і психічні розлади, вік, зовнішність);
- *гендерні евфемізми* (стать, сексуальні меншини);
- *етнічні евфемізми* (раса, громадянство);
- *соціальні евфемізми* (майновий стан, непрестижні професії, моральність, військові дії, економіка, екологія, релігія);
- *комерційні евфемізми* (ті, що використовують у рекламних медіа текстах).

К.А. Вашуріна надає тематичну класифікацію політкоректних одиниць, яка ґрунтується на тому, з якими видами дискримінації стикається і бореться суспільство. Деякі тематичні групи виявляються більш численними, з більш розвиненою синонімією всередині групи. В рамках політкоректності приділяється увага боротьбі з дискримінацією за расовою, релігійною, сексуальною приналежністю, за соціальним статусом, за зовнішнім виглядом, станом здоров'я тощо. Учена розділила евфемізми на шість тематичних груп [6, с. 116]:

Перша тематична група евфемізмів включає в себе евфемізми, пов'язані з групою людей, які піддаються дискримінації. До видів дискримінації можуть належати:

- расова, культурна, релігійна дискримінація (*les citoyens d'origine africaine* – громадяни африканського походження, *les ressortissant étranger* – іноземний громадянин, *les roms* – роми, *les musulmans* – мусульмани);
- статева дискримінація (*féministe* – фемініст(ка), *représentation féminine* – репрезентація жінок);
- дискримінація сексуальних меншин (*gay* – гей, *couples homos* – одностатеві пари, *bisexuel* – бісексуал, *transsexuel* – транссексуал).

До другої тематичної групи входять евфемізми, які позначають страшні і неприємні явища дійсності:

- смерть (*le départ* – загибель, *quitter la vie* – піти з життя, *le repos éternel* – вічний спокій);
- хвороба (*une MST* – хвороба, що передається статевим шляхом, *une longue maladie* – важковиліковна хвороба, *le sida* – СНІД);
- фізичні вади (*une personne à mobilité réduite* – людина з обмеженими можливостями, *une personne ayant une déficience visuelle* – людина з вадами зору, *une personne ayant une déficience auditive* – людина з вадами слуху);
- розумові та психічні розлади (*une personne en difficulté d'apprentissage* – людина зі складнощами до навчання, *une personne atteinte de troubles mentaux* – людина з розумовими вадами, *personne ayant une déficience intellectuelle* – людина з обмеженими розумовими можливостями).

Третя тематична група описує евфемізми, пов'язані з впливом суспільства на життя людей:

- військові дії (*dommages collatéraux* – втрати серед мирного населення, *neutraliser le cible* – нейтралізувати ціль, *camp de concentration* – концентраційний табір, *ingérance* – інтервенція);
- соціальні пороки (*un jeune* – молодий правопорушник, *personne ayant un problème d'alcool* – людина з алкогольною залежністю, *le quartier*

sensible – вразливий квартал, *une victime de la société* – жертва суспільства);

- бідність (*une personne en situation précaire* – людина в скрутному фінансовому становищі, *milieux défavorisés* – фінансово неблагополучне середовище, *un SDF* – бездомний);
- звільнення (*un plan social d'accompagnement* – скорочення персоналу, *chercheur d'emploi, demandeurs d'emploi* – непрацевлаштований);
- академічна неуспішність (*un élève en situation de réussite différée* – учень, що не встигає за програмою, *une personne en difficulté d'apprentissage* – людина зі складнощами до навчання).

Четверта тематична група включає в себе евфемізми, що описують що позначають зовнішній вигляд і вік людини:

- вага, зріст (*une personne en surcharge pondérale* – людина з зайвою вагою, *personne de petite taille* – людина невисокого зросту);
- вік (*le senior* – людина старшого віку, *le troisième âge* – пенсійний вік, *une personne du quatrième âge* – людина похилого віку);
- зовнішній вигляд (*une personne à physique particulier, une personne à physique atypique* – людина з нестандартним зовнішнім виглядом).

П'яту тематичну групу складають евфемізми, що позначають вплив людини на навколишнє середовище (*la prise accidentelle* – ненавмисна шкода, *les émissions fugitives* – неконтрольовані викиди, *les zones de dépassement des normes* – зони з рівнем забруднення, що перевищує норму).

До шостої тематичної групи входять так звані гумористичні евфемізми, які є пародіями на політкоректні [вашурина].

Серед морфологічних і лексичних процесів формування евфемізмів Монсеррат Лопез Діаз [діаз] виділяє:

- аббревіатури: *MST, maladies sexuellement transmissibles* (хвороби що передаються статевим шляхом) замість *véneriennes*; *SDF, sans domicile*

- fixe* (бездомний) замість *clochard*; *IVG, interruption volontaire de la grossesse* (добровільне переривання вагітності) замість *avortement*;
- запозичення: *les seniors* (люди старшого віку) замість *les vieux, baby blues* (післяпологова депресія) замість *dépression post-accouchement*; *escort girl et call girl* (працівниця ескорту) замість *prostituée*;
 - перифрази та звороти: *personne de petite taille* (людина низького зросту) замість *naïf*; *technicien de surface* (техпрацівник) замість *balayeur, longue maladie* (довга хвороба) замість *cancer*;
 - еліipsis: *quartiers* (квартали) замість *chauds, jeunes* (молодь) замість *délinquants*;
 - утворення неологізмів (*malentendant* або *déficient auditif* – людина з вадами слуху, *malvoyant ou déficient visuel* – людина з вадами зору);
 - зміна сенсу, або семантична неологія, набуття словом нового значення (*incivilités* – протиправні дії, *pays périphériques* – країни на периферії, *reconduire* – витіснити);
 - лексичні заміни: *milieux défavorisés* (фінансово неблагополучне середовище) замість *pauvres* (бідні); *dommages collatéraux* (втрати серед мирного населення) замість *mort de civils, affaire* (справа) замість *scandale*; *intervention* (вторгнення) замість *guerre*; *flexibilité* (гнучкість) замість *baisse*;
 - графічні засоби: використанн певних символів: крапок, зірок, черепів, блискавок, спіралей, знаків оклику для приховання неприйнятних в середовищі слів (особливо властиво коміксам);
 - звукові попередження: звуковий сигнал, який стирає звукову доріжку на телебаченні та радіо.

Таким чином, основним засобом вираження політкоректності як мовного явища на лексичному рівні є політкоректні евфемізми, евфемізми, які замінюють слова або вираз, що можуть зачепити почуття і гідність того чи іншого індивіда або представника певної меншини щодо расової та статевої

приналежності, віку, стану здоров'я, соціального статусу, зовнішнього вигляду. Політкоректні евфемізми поділяються на тематичні групи, в які входять евфемізми, що виключають різні види дискримінації та евфемізми, створені з метою приховування або вуалювання негативних факторів в політичній і економічній сферах.

1.3. Визначення поняття "медіа текст" у лінгвістиці

Актуальність медіа лінгвістики як нового системного підходу до вивчення мови засобів масової інформації зумовлена тим, що тексти ЗМІ, або медіа тексти, сьогодні є однією з найпоширеніших форм побутування мови. Динамічний розвиток традиційних ЗМІ – преси, радіо, телебачення, поява нових комп'ютерних інформаційних технологій, глобалізація світового інформаційного простору впливають на процес виробництва і розповсюдження слова. Всі ці складні і багатогранні процеси вимагають не тільки наукового осмислення, а й практичного дослідження мови засобів масової інформації.

Засоби масової інформації та їхній вплив на аудиторію досліджуються з позицій різних гуманітарних наук, перш за все журналістики, соціології, психології особистості, лінгвістики, а в рамках останньої – аналізу дискурсу. Дискурс-аналіз безпосередньо пов'язаний з лінгвістичною прагматикою і тому націлений на визначення зв'язків між мовною ситуацією і текстом, а точніше дискурсивними засобами впливу на читача. Зв'язок між дискурсом і текстом здійснюється через мовні жанри, кількісний склад яких варіюється залежно від сфери спілкування і типу дискурсу [76].

За визначенням Д.Ю. Сизонова, медіа дискурс – це глобальна універсальна категорія сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу, яка відображає найактуальніші настрої та тенденції сучасного соціуму, його комунікативно-інформаційні, політичні, економічні та культурні аспекти. Як стверджує вчений, медіа дискурс слугує певним фоном, який віддзеркалює

безперервні динамічні інноваційні процеси у суспільстві, в тому числі й лінгвістичні – семантичні неологізми, лексичні новоутворення, фразеологізми, запозичені слова, перифрази тощо [42]. Медіа дискурс виступає як сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації у всьому багатстві і складності їхньої взаємодії [14, с. 152]. На думку Н.І. Клушиної, медіа дискурс – це тип дискурсу, який впливає на адресата, реалізує інтенцію переконання і здійснює потужний перлокутивний ефект. Медіа текст, як складову частину медіа дискурсу з позицій комунікативної стилістики, дослідниця розглядає як соціальну дію адресанта, спрямовану на переконання реципієнта в правильності авторської ідеї. Таким чином, адресант для переконання адресата використовує всі доступні мовні засоби, вдаючись не тільки до логічних аргументів, а й до прийомів впливу. Публіцистичний текст є складною ієрархічною структурою, в якій поєднуються два плани вираження лінгвістичних методів переконання: експліцитний – відкрите переконання, що впливає на розум читача, та імпліцитний, підтекстовий, який здійснює безпосередній вплив на підсвідомість адресата [24]. Тобто, засоби масової інформації покликані не тільки відображати події реальної дійсності, а й здійснювати потужний вплив на стан суспільної думки й свідомості.

Як запевняє Т.Г. Добросклонська, основною одиницею медіа дискурсу є медіа текст, рамки якого дозволяють об'єднати такі різнопланові й багаторівневі поняття, як газетна стаття, радіопередача, телевізійні новини, Інтернет-реклама та інші види продуктів засобів масової інформації [14]. Схожої думки дотримується А.М. Палієнко, на думку котрої, медіа текст – це повідомлення, викладене у будь-якому вигляді і жанрі медіа, це "новий комунікаційний продукт", особливість якого полягає в тому, що він може бути включений в різні медійні структури вербального й візуального, а отже, мультимедійного планів, що передбачає цілісність його сприйняття, а значить, і більш глибоке проникнення в його сенс [39, с. 266].

Не можна не погодитися з думкою С.В. Таварткіладзе, яка в першу чергу

розглядає медіа текст в культурному аспекті та справедливо зазначає, що цей напрямок дослідження медіа тексту і осмислення його як джерела отримання інформації про духовні імпульси і матеріальну сферу людської діяльності, про принципи розвитку суспільства є відносно новим явищем і знаходиться в руслі сучасної наукової думки, яка визнає важливу роль гуманітарних досліджень в парадигмі наукового знання. Учена розглядає медіа текст як гнучку комунікативну одиницю, що має великий ідеологічний і впливовий потенціал та є поліфункціональним утворенням, головними функціями якого є функція інформування, ідеологічна функція і регулятивна функція, яка проявляється в залученні адресата до вироблення загального ставлення до подій, висвітлених у засобах масової інформації [47].

На думку Ф.Г. Фаткуліної особливістю медіа тексту є інтеграція в єдине комунікативне ціле різних семіотичних кодів (вербальних та невербальних). Вчена аргументує це тим, що навіть в традиційних газетних публікаціях сьогодні використовують фотографії, таблиці, графічне та шрифтове оформлення [52]. Так, Я. М. Засурський [17, с. 3] зазначає, що сьогодні медіа текст – це в якомусь сенсі щось більше, ніж просто текст. Це і графіка, яку використовують для того, щоб зробити текст більш різноплановим і точнішим, це і звукове його втілення, і його зв'язок з об'єктом розгляду, про який іде мова. Медіа текст сьогодні набуває загальноприйнятих універсальних рис. Одна з особливостей медіа тексту полягає в тому, що його можна включити в різні медійні структури. Вчений надає особливої важливості можливостям вербального звучання, візуального та багат шарового медіа тексту, енергія якого різко зростає в умовах конвергенції. Тож, як справедливо стверджує Алан Белл, визначення медіа тексту виходить за рамки традиційного погляду на текст як на послідовність слів, надрукованих або написаних на папері. Поняття медіа тексту набагато ширше: воно включає голосові якості, музику і звукові ефекти, візуальні образи – інакше кажучи, медіа тексти фактично відображають технології, що використовуються для їхнього виробництва і

розповсюдження [60].

Як вважає М.А. Казакова, поняття медійного тексту може бути диференційоване відповідно до його функціонально-цільової орієнтованості. Тобто, медійний текст постає як інформаційний продукт ЗМІ (преса, радіо, телебачення, Інтернет) та рекреаційний продукт масової культури (сценарій кінофільму, роман, рекламний ролик, текст шлягера) [20, с. 47].

Г.С. Мельник визначає медіа текст як конкретний результат медіа виробництва, як медіа продукт та повідомлення, що містить певну інформацію, викладену в будь-якому вигляді і жанрі медіа (газетна стаття, телепередача, відеокліп, рекламне повідомлення, фільм тощо) й адресоване масовій аудиторії. Для створення медіа текстів використовується медіа мова – комплекс засобів і прийомів виразності, що в значній мірі визначає характер медіа культури – сукупність матеріальних і інтелектуальних цінностей в області медіа. Серед відмінних властивостей сучасних медіа текстів Учена наводить корпоративний характер створення, ідеологічний плюралізм, динамічний характер, специфіку засобів створення, багатоплановість, багатовимірність [36].

На думку О.В. Бокової [4, с. 116], медійним текстом можна називати будь-який текст, який існує в системі засобів масової інформації. Схожої думки дотримується й Л. Є. Кройчик [29, с. 7], яка зазначає, що всі тексти, потрапивши в систему масової інформації, тобто в медіапростір, набувають не тільки технологічної схожості – вони зближуються і функціонально перш за все характером своїх відносин з аудиторією.

Як зазначає І.О. Косова, основне призначення ЗМІ – за максимально короткий термін передавати якомога більшу кількість інформації, викликати інтерес у кожного адресата, не мати при цьому особистого контакту і володіти наміром впливати на поведінку, смаки, думки, ставлення до подій, ідеологію аудиторії. До головних функцій медійних текстів вчена відносить інформативну і регулятивно-маніпулятивну функції, адже інформація про актуальні події, представлена в пресі, безумовно, здатна вплинути на читачів і

створити громадський резонанс [27, с. 96].

Отже, в період становлення інформаційного суспільства та стрімкого розвитку засобів масової комунікації медіа тексти стали однією з найрозповсюдженіших форм побутування мови й відображають найактуальніші й найважливіші культурні, політичні, економічні, соціальні та інші аспекти життя суспільства. Аналіз теоретичних поглядів на медіа текст де змогу зробити висновок, що медіа текст – це частина медіа дискурсу, яка має на меті проінформувати адресата та залучити його до вироблення власного ставлення до висвітлених у тексті подій. Таким чином, основними функціями медіа тексту є інформативна та регулятивна. Оскільки медіа текст певним чином виступає дзеркалом суспільства, він також демонструє найсучасніші мовні тенденції та слугує матеріалом для численних лінгвістичних досліджень. На основі наукових праць, присвячених вивченню медіа дискурсу та медіа текстів, виникла ціла наука – медіа лінгвістика, яка займається вивченням мови засобів масової інформації.

1.4. Медійні ресурси як засіб впливу на громадську думку

Кей М. Лоузі зазначає, що засоби масової інформації стали одним із найважливіших рушіїв постіндустріального суспільства. Як результат, ЗМІ майже замінили традиційну форму міжособистісного спілкування. З огляду на кількість годин, які середньостатистичний користувач витрачає на засоби масової інформації, вони стали невід'ємною частиною повсякденного життя, спілкування та соціалізації, забезпечуючи освіту, інформацію та дозвілля [88].

Як пише Марія вон Гарп, соціальна та особиста взаємодія у наші дні значною мірою штучні й симульовані. Новини з неймовірною швидкістю долають величезні відстані і потрапляють на очі людям, яких вони навіть не стосуються. Аудиторія отримує знання й засвоює паттерни поведінки саме завдяки засобам масової інформації. До того ж, медіа здатні викликати почуття

ненависті, радості, нудьги, любові тощо. Навіть політика сьогодні навмисно спрямовується та підлаштовується до правил медіа-простору [92].

За словами Г. Ласвела, засоби масової інформації по-своєму інтерпретують отриману інформацію, адаптують її для своєї аудиторії й спілкуються з нею напряду. Як правило, сьогодні ЗМІ – це бізнес, який має працювати для прибутку [87].

Для того, щоб дослідити можливість виникнення упередженості в засобах масової інформації, варто розглянути питання їхнього функціонування та інтересів, які за ним приховані. Деякі видання називають себе ліберальними, навіть противладними. Історія свідчить, що з початку XX століття ЗМІ брали участь у виявленні й розкритті неправомірних дій у суспільному житті, розслідуванні соціальних, економічних та політичних злочинів тощо. Таким чином, Бейкер заявляє про ліберальну упередженість у засобах масової інформації. Він пояснює це тим, що особисті погляди журналістів, редакторів, продюсерів та керівників відділів новин, природно, впливають на їхню звітність. Як приклад він наводить такі матеріали як опитування, розслідування, біографії і взагалі журналістську практику в адміністрації президентів США Буша й Рейгана, які підтверджують, що лише від 15% до 25% журналістів ототожнювали себе з республіканською або консервативною політикою чи ідеями [59].

Інші дослідники наполягають на тому, що медійні видання є збалансованими, нейтральними джерелами інформації, що відображають різні точки зору. Вони стверджують, що ЗМІ слугують лише посередниками між читачем і носіями різних думок, не є частиною повідомлення й не намагаються впливати на думку читачів.

З іншого боку, деякі вчені, серед яких Ноам Хомський, вважають, що засоби масової інформації є каналом для пропаганди, який слугує корпоративному та державному устрою. Як один із найбільш радикальних критиків американської політики та засобів масової інформації Хомський

стверджує, що головні засоби масової інформації стали підлеглими такої влади. У своєму інтерв'ю журналу *The Humanist* вчений зазначив, що засоби масової інформації зосереджуються на тих аспектах новин, які перешкоджають участі суспільства у вирішенні проблеми; вони висвітлюють суперечливі питання так, щоб матеріал не суперечив встановленому порядку, і демонструють інакомислення та плюралізм одночасно з підтримкою існуючої системи. Як підтвердження цієї перспективи можна навести висвітлення в ЗМІ подій в Перській затоці, коли американські засоби масової інформації змалювали більш позитивнішу картину того, що відбувалося насправді, для того, щоб заручитися підтримкою вдома [69].

На перший погляд, позиція Хомського може здатися занадто радикальною. Проте, якщо краще розглянути процес збору інформації, яким послуговуються журналісти, критика вченого здається цілком справедливою. Журналісти покладаються на джерела й носії інформації, які в багатьох випадках не контролюються. Наприклад, вчені Гамсон і Модільяні встановили, що журналісти в першу чергу посиляються на джерела, схвалені державою, на приватні інформаційні агентства й інші організації та мережі, які керуються приватними чи державними інтересами. Прес-конференції, прес-релізи та речники прес-служб також є важливими джерелами інформації для журналістів. Крім того, дослідники зазначають, що, наприклад, у США діють мережі пов'язаних між собою журналів, аналітичних центрів та інших організацій, які займаються поширенням і пропагандою власних позицій та ідеологій. Їхня діяльність зосереджена на ведення дискусій, написанні численних статей та книг, організації прес-конференцій, планування офіційних заходів та презентацій для журналістів, з якими вони встановили стабільні зв'язки та канали обміну. У підсумку, мало хто з журналістів покладається винятково на незалежні дослідження та власні розслідування [89].

Журналістські розслідування використовуються деякими як наочна демонстрація ліберальних упереджень в засобах масової інформації. Однак,

засоби масової інформації все частіше віддають перевагу простим твердженням, і мають тенденцію зосереджуватися на особистостях та подіях, а не на абстрактних поняттях та ідеологіях. Ситуація ускладнюється також тим, що журналістські розслідування публікуються редакторами, які орієнтуються на подачу, до якої звикла їхня постійна аудиторія. Вони рідко кидають виклик системі й усталеним правилам. Не дивлячись на те, що засоби масової інформації здатні формувати громадську думку, оскільки вони контролюють потік інформації, вони все-таки враховують очікування аудиторії та загалом орієнтовані на попит. Репортер не може легко кинути виклик упередженим уявленням громадськості або редакційній політиці свого видання. Зрештою, засоби масової інформації є комерційними організаціями, які реагують на бажання своїх клієнтів, і не йдуть ризик з ймовірністю втрати бізнесу [89].

Таким чином, медійні засоби, окрім надійного джерела інформації, можуть виступати каналом пропаганди, "вікном" у навколишній світ, який транслює спотворену картину дійсності, яка може бути викривлена залежно від прихованих інтересів власника видання, редакційної політики, особистих поглядів автора публікації, позиції чинного уряду, настроїв аудиторії тощо. Оскільки у сучасному комп'ютеризованому світі ЗМІ стали основним джерелом інформації, вони безпосередньо впливають на думку громадськості, адже вони передають дані про навколишній світ в інтерпретованому вигляді.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

В епоху розвитку інформаційного суспільства та стрімкого вдосконалення засобів масової комунікації медіа тексти стали однією з найрозповсюдженіших форм побутування мови та відображають найактуальніші та найважливіші культурні, політичні, економічні, соціальні та інші аспекти життя суспільства. Медіа текст – це частина медіа дискурсу, яка має за мету проінформувати адресата та спонукати його до формування власної

точки зору щодо змісту медіа тексту, що формує його інформативну та регулятивну функцію. Оскільки медіа текст певним чином виступає дзеркалом суспільства, у ньому відображено сучасні мовні тенденції, які можуть слугувати матеріалом для лінгвістичних досліджень. На основі вивчення медіа тексту та засобів мовного впливу виникла наука медіа лінгвістика, що займається вивченням мови засобів масової інформації.

Явище політичної коректності, яке стало невід'ємною частиною мови медіа у період мультикультуралізму, визначається дослідниками по-різному – з одного боку як можливість ефективної боротьби з нетерпимістю, упередженістю і несправедливістю, з іншого – як засіб політичного контролю, маніпуляції і перешкоди для свободи слова. Утім, оскільки мова і політика тісно пов'язані між собою, з точки зору лінгвістики політкоректність варто розглядати як мовний інструмент, який через призму медіа призводить до соціальних змін.

Лексика політичної коректності складається з двох прошарків: з прошарку ідеологем політкоректності, який створює засади ідеології політичної коректності й використовується безпосередньо для формування ідеології політкоректності, та з прошарку політкоректних евфемізмів, що поділяються на тематичні групи й замінюють слова або вирази, що можуть зачепити почуття і гідність особистості щодо її расової та статевої приналежності, віку, стану здоров'я, соціального статусу, зовнішнього вигляду.

РОЗДІЛ 2

МОВНІ ЗАСОБИ ПОЛІТКОРЕКТНОСТІ У ФРАНЦУЗЬКИХ І УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА ТЕКСТАХ

Маркери політкоректності у французьких й українських ЗМІ репрезентовані лексичними одиницями, що виконують завдання зниження неприйнятної для мовної спільноти недискретності висловлення на ту чи іншу злободенну соціальну тему й викорінення з медіа дискурсу мови ворожнечі. Для французького й українського суспільства такими темами є соціальна нерівність, проблема міграції, фінансово неблагополучні групи населення, злочинність, боротьба проти невиліковних хвороб.

Спираючись на вказану проблематику, яка отримала втілення в медіа текстах французьких й українських видань, а також на запропоновану К.А. Вашуріною [6] загальну класифікацію політкоректних одиниць (див. підрозділ 1.2.), пропонуємо таку класифікацію соціально маркованих маркерів політкоректності у ЗМІ:

- маркери на пом'якшення дискримінації;
- маркери вияву тактовності щодо неприємних явищ в житті й здоров'ї людини;
- маркери вияву тактовності щодо соціальних проблем.

Рекомендація Комітету міністрів Ради Європи № 97(20) визначає мову ворожнечі як всі види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, в тому числі нетерпимістю, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації меншин і ворожого ставлення до них, а також іммігрантів та осіб, що за своїм походженням належать до іммігрантів [5].

Згідно з підсумками всесвітньої конференції Міжнародної федерації журналістів (*IFJ*), недостатнє визнання різних культур, традицій та переконань з боку ЗМІ призводять до стереотипів, які посилюють расистські настрої та

підтримують політичний екстремізм. Зокрема, журналісти мають усвідомлювати вплив їх слів та образів з урахуванням вкорінених страхів та сприйняття громадянського конфлікту і соціального виключення, яке існує в суспільстві [5].

У цьому розділі ми проаналізуємо відповідність українських і французьких медіа міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо висвітлення журналістами тем, пов'язаних із розмаїттям, та з регулювання використання мови ворожнечі в ЗМІ. Крім того, ми здійснимо зіставний аналіз мовних засобів, які застосовуються українськими та французькими журналістами для висвітлення гендерних питань, етнічних та релігійних відмінностей, життя сексуальних меншин, людей з інвалідністю, людей старшого віку, мігрантів та внутрішньо переміщених осіб.

Для того, щоб отримати якомога повнішу картину ситуації, для дослідження ми обрали видання, які відрізняються між собою за своєю редакційною політикою, ідеологічним спрямуванням, джерелами фінансування – факторами, які можуть вплинути на зміст і подачу контенту.

Матеріалом дослідження українських медіа стали три представники найбільших медіа-холдингів й два незалежних видання:

- Інтернет-ресурс *Подорожчів* телеканалу *Інтер*, холдинг *Inter Media Group*;
- Інтернет-ресурс *ТСН (tsn.ua)* телеканалу *1+1*, холдинг *1+1 Media*;
- Інтернет-ресурс *Громадське телебачення (hromadske.ua)*, створений на грантові кошти групою журналістів;
- Інтернет-ресурс *Радіо Свобода Україна*, частину незалежної медіакорпорації *Радіо Вільна Європа/Радіо Свобода (РВЄ/РС)*;
- Інтернет -ресурс *Факти* телеканалу *ICTV*, медіа група *StarLight Media*.

Матеріалом аналізу французьких медіа ми обрали п'ять провідних видань Франції d, з яких два – лівого спрямування, два – правого і одне державне :

- лівоцентристська щоденна газета *Le Monde*;
- права щоденна газета *Le Figaro*;
- правоцентристський щотижневий журнал *Le Point*;
- державне онлан-видання *FranceInfo*;
- ліве ліберальне видання *Libération*.

2.1. Політичне забарвлення, стильові й прагматичні особливості українських медіа текстів

За умов незрілості української демократії, розпалу інформаційної війни й глобалізаційних процесів у медіа сфері, український медіа простір досі переживає етап становлення. Моніторинг якості медіа в Україні здійснюють такі експертно-аналітичні центри як Інститут масової інформації та Український освітній центр реформ. Інститут масової інформації базується в Києві і присвячує свою діяльність підтримці якісної журналістики та освіти медіа-споживачів. Експерти Інституту масової інформації регулярно проводять моніторинг якості новин в онлайн-ЗМІ, беручи за матеріал дослідження статті із 50 найвідвідуваніших українцями новинних сайтів, тоді як Український освітній центр реформ здійснює моніторинг менших та регіональних видань [5].

Згідно з даними досліджень вищевказаних організацій і оцінками медіа експертів, головними проблемами становлення якісного контенту в українському медіа просторі є:

1. нестача фінансування;
2. політизація контенту;
3. інформаційна маніпуляція;
4. медійна неграмотність української аудиторії;
5. новинна корупція;
6. непрофесійність журналістів;

7. надмірна емоційність повідомлень.

Однією з головних проблем українських ЗМІ є нестача фінансування за відсутності ринку засобів масової інформації в Україні. Переважна більшість медіа України – збиткові, і спонсоруються фінансово-промисловими або політичними групами, а за рахунок рекламних надходжень намагається вижити лише невелика їх частка. Така ситуація неминуче позначається на якості контенту, що випускається українськими телеканалами, радіостанціями, газетами, журналами й онлайн-виданнями, адже у своїй діяльності вони представляють інтереси власника, який дозволяє їм виживати і забезпечує ресурсами для існування [25].

Головний редактор видання *Vox Ukraine* Борис Давиденко пише, що в Україні Інституту незалежних медіа, який є не тільки невід’ємною частиною демократії, але й обов’язковою умовою для стабільного і довгострокового розвитку країни, так і не побудували. "Моя суб’єктивна оцінка: наше медіа поле – це вибухонебезпечна суміш олігархічних медіа, не дуже компетентної махновщини і дуже нечисленних незалежних ЗМІ", – стверджує Давиденко [13].

Варто підкреслити ще один важливий момент: для своїх власників українські медіа необхідні скоріше як інструменти політичного впливу, аніж для збагачення й розвитку бізнесу [7].

Українське видання *The Insider* виділяє декілька основних медіа-холдингів, які володіють та управляють низкою інтернет-видань, радіо, видають газети та журнали, та якими володіють одні з найбагатших людей країни. Серед них *UMH Group*, *Media група Україна*, *Inter Media Group*, *StarLight Media*, *1+1 Media* [25].

До *UMH Group* входять такі відомі портали як *Кореспондент*, *bigmir.net*, *i.ua*, *tochka.net* та *football.ua*. Холдинг видає газети *Комсомольська правда в Україні*, *Аргументи і Факти*, *Теленеделя* та журнал *Футбол*. *UMH* включає в себе такі сайти та журнали як *Forbes*, *Кореспондент*, і портали *bigmir.net*, *i.ua*,

tochka.net та *football.ua*. Холдинг видає газети *Комсомольська правда в Україні*, *Аргументи і Факти*, *Теленеделя* та журнал *Футбол*. UMH володіє п'ятьма мережевими радіостанціями: *Авторадіо*, *Наше радіо*, *Europa Plus*, *Петро FM* та *Радіо п'ятниця*. Холдинг також керує трьома локальними радіостанціями: *Lounge FM*, *Голос Столиці* та *Джем FM*. Власником медіа-групи з 2013 є Сергій Курченко, оголошений в розшук олігарх. Журналістська спільнота і колектив видань були стурбовані зміною власника медіа-холдингу, очікуючи втручання в редакційну політику і введенням цензури на певні теми. [44]. Як наслідок, *Forbes Media* заборонили *UMH Group* використовувати бренд *Forbes* і контент цього видання через те, що українська асоціація *Forbes* разом із Сергієм Курченком завдали шкоди бренду через цензуру та втручання в редакційну політику [37].

Холдинг *Media група Україна* мільярдера Ріната Ахметова об'єднує загальнонаціональний телеканал *Україна*, кабельні телеканали *НЛО ТВ* та *Індіго*, спортивні телеканали *Футбол 1* та *Футбол 2*. Окрім них, до групи входить підрозділ регіональних телеканалів. До друкованих ЗМІ Ахметова належать щоденна газета *Сьогодні* та однойменний сайт, журнал та сайт *Vogue* й регіональні видання [25].

Inter Media Group належить Дмитру Фірташу та Сергію Львовичкіну. До цього медіа-холдингу входять загальноукраїнський телеканал *Інтер* та низка таких нішевих телеканалів як *НТН*, *Мега*, *K1*, *K2*, *Ентер Фільм* та дитячий телеканал *Піксель*. Один із найвпливовіших телеканалів України *Інтер* неодноразово звинувачували в заангажованості – на початку 2014 року журналісти *Інтера* заявили про цензуру та провладну пропаганду на каналі, висловивши незгоду з редакційною політикою телеканалу, про перекручування та замовчування фактів, відсутність балансу як у сюжетах, так і у випусках новин [16].

StarLight Media – група мільярдера Віктора Пінчука, особливістю якої є акцент на розважальний контент. До цієї групи входять телеканали *СТБ*, *ICTV*,

Новий канал, музичні канали *M1* та *M2*, а також телеканал *QTV*, що транслює мультфільми [25].

1+1 Media налічує вісім телеканалів, серед яких *2+2*, *TET*, *ПлюсПлюс*, *1+1 International*, жіночий телеканал *Bigudi*, телеканал інформаційного агентства *УНІАН* та *Ukraine Today* – телеканал, який здійснює трансляцію на інші країни. З інтернет-ЗМІ до групи належить інформаційне агентство *УНІАН*, сайти *TCH.ua* та *Главред.info*. Медіа-холдинг належить українському олігарху і політичному діячеві Ігорю Коломойському [25].

Розглянемо окремо ЗМІ, які не входять до жодного з медіа-холдингів. Здебільшого це Інтернет-видання, які виживають на заробітку з реклами й завдяки інвесторам.

Проект *Українська правда*, заснований Георгієм Гонгадзе у 2000 році, об'єднує в собі декілька різнотематичних сайтів: економіку, історію, євроінтеграцію, життя, лайфстайл та таблоїд. *Громадське телебачення* – проект, який існує на грантові кошти. Напередодні Євромайдану його створила група журналістів серед яких Сергій Андрушко, Андрій Баштовий, Роман Вінтонів і Мустафа Найєм. *Радіо Свобода* – Інтернет-видання та радіостанція, котру фінансує Конгрес США через гранти, й яка є частиною служби *Радіо Вільна Європа/Радіо Свобода (РВЄ/РС)*, незалежної медіакорпорації [25].

Як стверджує Б. Давиденко, однією з перешкод таких видань на шляху до своєї аудиторії є структурна проблема – для більш ніж для 80% населення основним джерелом новин залишається телебачення, охоплення незалежних ЗМІ незначне порівняно з будь-яким телеканалом, що входять в топ-10 [13].

Маніпуляція – один із найнебезпечніших факторів, які впливають на свідомість суспільства за умов інформаційної війни. За словами представниці ІМІ Олени Голуб, до видів маніпуляцій в українських ЗМІ можна віднести джінсу, фейки, мову ворожнечі, риторику висвітлення конкретної теми, відповідно підібрані коментарі, зманіпульовані фото- та відеоматеріали. Така

редакційна політика в країні дуже часто скерована передусім на обслуговування інтересів власника [19]

"Джинса" – це медійний продукт, опублікований за гроші без прямої вказівки на замовний характер публікації. "Джинсу" можна досить легко розпізнати за характеристиками, які виділяють її з-поміж основної маси матеріалу. Зазвичай вона представляє інтереси лише однієї сторони, очевидно просуває певний товар чи сервіс, розповідає про тривіальні події, у яких брали участь політики (наприклад, перерізання стрічок), містить так звану експертну думку осіб, некомпетентних у висвітлюваній темі. Найбільше "джинси" можна знайти в Інтернеті й регіональних виданнях. Згідно з дослідженням ІМІ, протягом 2013 року такі матеріали становили приблизно 6% від загальної кількості публікацій в українських ЗМІ, в онлайн-виданнях ця цифра у серпні досягла 18%. Приблизно 70% джинси має політичний характер, решта стосується маркетингового просування певного продукту. Найбільшою проблемою замовного матеріалу є те, що більша частина читацької й глядацької аудиторії видань не обізнана про існування такої практики, не дивлячись на її розповсюдженість [7].

Маніпуляції в ЗМІ можуть виникати не тільки як наслідок новинної корупції, а й як результат непрофесійності журналістів. Наприклад, винесення цитат у заголовки, використання неперевірених фактів, недоговорювання правди або поширення напівправди, клікбейт тощо [19]

Клікбейт (англ. *clickbait* від *click* ("клацання", "клік") + *bait* ("наживка")) – це прев'ю новини, створене таким чином, щоб людина в будь-якому разі перейшла за посиланням заголовки. Сюди можна віднести заголовки, які не відповідають змісту тексту, містять емоційну лексику, знаки оклику, мову ворожнечі, спотворені факти й недостовірні аргументи. Враховуючи культуру сьогоденного споживання інформації, коли читання новин може обмежуватися суто переглядом заголовків, їх може бути достатньо, аби вплинути на ставлення до якоїсь події чи особи. Водночас, було й чимало

прикладів маніпулятивних заголовків, які мали на меті зманіпулювати свідомістю читача, передати недостовірну інформацію, розставити потрібні акценти. Іноді як клікбейт працює емоційна надмірність [19].

Емоції в новинах потрібні, але вони мають бути збалансованими "в ім'я об'єктивності", вважає професор, голова департаменту комунікації Іллінойського університету Зізі Папачарізі: "Коли говорите про емоції, то чим менше, тим краще. Гіперболи погано працюють. Не вказуйте читачу, як почуватися або, за винятком рідкісних прикладів, як ви відчуваєтеся". В іншому випадку йдеться про цілеспрямовану дезінформацію та маніпулювання емоціями аудиторії [82].

Ще одним інструментом інформаційної війни й маніпуляції є фейк – дезінформація, умисне викривлення тих чи інших явищ, фактів, подій, причому зловмисність такого викривлення старанно приховується. Фейкова інформація містить усі ознаки правдивого повідомлення, що дає можливість впливу на певну аудиторію завдяки використанню симулякрів [41]. Класифікувати фейкову інформацію можна за різними ознаками. Проаналізувавши найтипівіші приклади фейкових новин, М. Кіца виділяє такі критерії, які можуть бути основою класифікації: за формою подання (текст, фото, відео, голосовий запис); за змістом (агітація, пропаганда, маніпуляція тощо); за тематикою (політичні, соціальні, світські, тощо); за призначенням для певної вікової категорії (для молоді, для зрілих людей, для пенсіонерів тощо); за джерелом інформації (від першого джерела, без джерела, невідоме джерело і т. д.) [23]. Згідно з дослідженнями ІМІ, недостовірні новини можна розпізнати за відсутністю джерел інформації або ж нечіткою їхньою ідентифікацією. До фейків, виявлених Інститутом масової інформації під час моніторингу українських ЗМІ, належали неправдива інформація, публікації з повністю вигаданою інформацією з певною метою чи ненавмисно, за халатністю журналістів [19].

Легкими жертвами маніпуляції в медіа робить українців їхня медійна неграмотність. За словами Максима Саваневського, біля 40% користувачів соцмереж читають новини "заголовками", навіть не відкриваючи статтю у повному обсязі. Діана Дуцик стверджує, що люди в основному мають некритичне, потокове і фрагментарне сприйняття інформації. Вони не розрізняють якісний контент від неякісного, клікають на новину, не звертаючи увагу на джерело. До того ж, працює фонове сприйняття інформації з увімкненого телевізора. Як стверджує Костянтин Квурт, гострою проблемою також є те, що консервативна частина українських медіа зазвичай не читає об'ємні матеріали, а якісно донести важливу інформацію невеликими порціями – складне завдання [19].

Таким чином, через засилля медіа холдингів український медіа простір важко назвати незалежним, що недопустимо в сучасній демократичній країні і неминуче позначається на якості й змісті контенту. Провідні українські ЗМІ характеризуються надмірною залежністю від свого власника й редакційної політики видання, що призводить до заангажованості повідомлень, а високий рівень медійної неграмотності населення заважає людям розпізнавати якісний контент від неякісного, маніпулятивного, неправдивого або "замовного". Недостатнє фінансування, заангажованість журналістів, політизація контенту, новинна корупція, непрофесійність журналістів є головними проблемами українських ЗМІ, які не дозволяють вітчизняним медіа вийти на якісно новий рівень.

2.2. Політичне забарвлення, стильові й прагматичні особливості французьких медіа текстів

Французький письменник і журналіст Філіп Коен пише: "Скажи мені, за кого ти голосуєш, і я скажу тобі, які ти читаєш газети". В епоху глобалізації ЗМІ часто залежать від власників, рекламодавців, читачів і кон'юнктури. Таким

чином, постає проблема неминучої суб'єктивності висвітлення інформації, особливо, коли це стосується висвітлення політичних питань, серед яких і теми, що входять до переліку "вразливих", тобто тих, у висвітленні яких можна натрапити на маркери політкоректності [70].

Спільне соціальне дослідження Французького інституту громадської думки й журналу *Marianne* демонструє, що певні види засобів масової інформації притягують певну аудиторію, і цей процес залежить від віку й способу життя. Дослідники поділяють французький медіа-простір на медіа універсальні, ліві й праві [57].

Універсальних медіа серед представлених найменше, і пояснюється це тим, що видання все більше тяжіють до певної політичної течії, що призводить до політизованості, а точніше, політичної поляризації медіа-простору. Телевізійні канали характеризуються чітко вираженою позицією - правою або лівою. Серед радіостанцій "нейтральними" можна назвати лише *RMC* (49% слухачів, які підтримують правих, 42% лівих, 9% центристів), *France Bleu* (50% правих, 41% лівих і 9% центристів), й *Європа 1* (49%, 38% та 11% відповідно). Щодо друкованих засобів масової інформації, більш-менш збалансовану аудиторію притягують лише найбільш зарекомендовані регіональні щоденні видання й безкоштовні газети [70].

Аудиторія, яка голосує за правих, характеризується також найвищим показником віку. Якщо говорити про телебачення, серед глядачів *TF1* нараховується 67% правих, для *Métropole Television* частка становить 49%. *NRJ* особливо виділяється наявністю високого відсотку виборців Марін Ле Пен, лідера правої партії *Rassemblement National* (33%), що, однак, не має нічого спільного з політичною орієнтацією цієї станції, яка прагне залишитися настільки нейтральною, наскільки це можливо. Така ситуація склалася через вік аудиторії – *NRJ* слухають перш за все люди з міст і передмість, молодість яких припадає на 1980-ті роки, і яким зараз по 45-55 років, а такий соціологічний профіль дуже близький до профілю виборців Ле Пен [70].

Прихильники лівих зазвичай обирають телеканал *France 2* (51%), *France 3* (51%) й *Canal +* (59 %). Але це не та сама аудиторія – серед глядачів *France 2* і *Canal +* переважають міські жителі, тоді як *France 3* дивиться міське та приміське населення. Більшу частину слухачів *France Inter* (72%) і *France Info* (49%) також становлять прихильники лівих. Важливо також зазначити, що читачі *Libération*, лівого видання, за статистикою набагато заможніші, ніж читачі *Le Monde* чи *Le Figaro*. Загалом, це дослідження доводить існування політичної поляризації, яка існувала у французьких ЗМІ не завжди [70].

Необхідно відзначити, що політичне забарвлення медіа-аудиторії також пояснюється її демографічним складом. Державні радіо та телебачення залучають лівих виборців, урядовців та вчителів, а також представників вищих соціальних класів, які не люблять рекламу. *TF1* й такі приватні радіостанції і як *Europe 1* та *RTL* прагнуть омолодити свою аудиторію. Звідси їх схильність до правих [70].

Постає питання, чи на справді виборці керуються політичними поглядами, коли обирають для себе джерела інформації? П'ятдесят років тому, в часи холодної війни, люди щоранку в метро читали *L'Humanité* і *Le Figaro* – на той час два різні світогляди. Сьогодні це вже не так очевидно. Жиль Казанова, фахівець з комунікації, стверджує: "Якщо в канаву перекинеться автобус з дітьми, ця новина буде найголовнішою як і на *France 2*, так і на *TF1*. Політичні відмінності проявляються не в обробці інформації, а в мові: *TF1* скажуть *le père* (батько) й *la mère* (мати), а *France 2* – "тато" і "мама" [70].

За інформацією сайту *MonFinancier*, до лівих видань можна віднести *Libération*, *L'humanité*, *Le Monde*, до правих – *Le Figaro*, до правоцентристських – *Le Point*. Політичні фактори відіграють далеко не останню роль у діяльності таких видань. Для прикладу, колишню заступницю директора журналу *L'Obs*, яка відповідала за рубрику "Ідеї", звільнили, оскільки вона перетнула межу й задала занадто "лівий" курс для видання [85].

Основою мови французьких ЗМІ є так звана суспільно-політична лексика. Вона створює певний фон, за допомогою якого реципієнт занурюється в процес політичного комунікаційного обміну. Об'єктом впливу в сфері політичної комунікації є інтелект і знання цільової аудиторії, тому початок тексту орієнтований на максимальне її розширення, що здійснюється за допомогою вживання найменувань посад, державних органів, слів, пов'язаних з функціонуванням різних громадських організацій. У публіцистичній мові також широко використовуються газетні штампи і кліше: *le déficit croissant* (зростаючий дефіцит), *plancher sur la question* (займатися питанням), *concerner prioritairement* (стосуватися в першу чергу), *le sommet de l'Etat* (верхівка уряду) тощо. Особливо широко вони поширені в статтях, присвячених суспільно-політичним питанням [12].

Для мови ЗМІ, які висвітлюють суспільно-політичні питання, типовим є вживання лексем оцінювання, тобто слів, що поєднують предметне і оцінкове значення. Прикладами позитивних лексем оцінювання можуть слугувати прикметник *heureux* (*Ministre du travail était heureux d'annoncer* – прем'єр-міністр праці був щасливий заявити) та іменник *succès* (*travailler pour le succès de la réforme* – працювати в ім'я успішного здійснення реформи). Вживання такої лексики створює позитивний фон, необхідний для ефективного інформаційно-комунікаційного обміну [12].

Експресія газетної мови може проявлятися в різних формах: у спонукальному характері мови, у порівняно великій частотності якісно-оцінкових за своєю семантикою прикметників й іменників, у характері метафоризації, у відборі фразеології, в особливості використання синтаксичних засобів. У публіцистиці широко використовують можливості розмовної й книжкової мови. Для вираження емоційних заяв і для переконання читача публіцистика використовує багатий арсенал синтаксичних засобів: риторичні фігури, паралелізм, анафору і епіфору, антитезу та інші стилістичні фігури. Безсумнівно, за допомогою аналізу лексичних і синтаксичних мовних засобів

можна визначити соціально-політичні засади газетного видання. Мовні виразні засоби, що найбільш відповідають тому соціальному завданню, яке виконує газета як основний засіб масової інформації, є специфікою політичного дискурсу медійного видання [12].

Так, газета французьких лівоцентристів (соціалістів) *Libération* виробила свій особливий стиль, що вирізняється гучними заголовками і різноманітністю мовних форм. Стиль правоцентристів *Le Figaro* характеризується канцеляризмами та кліше, а *Le Monde* віддає перевагу нейтральній лексиці. Автори не тільки висловлюють своє ставлення до інформації, що повідомляється, а й висловлюють думку певної соціальної групи людей – партій, рухів та ін. Що цікаво, стилі газет *Le Figaro* і *Le Monde* єдині володіють одночасно консервативністю і рухливістю. З одного боку, в їхній мові спостерігається достатня кількість штампів та кліше, суспільно-політичних та інших термінів. З іншого боку, прагнення до переконання читачів вимагає всіх нових мовних засобів, щоб чинити на них вплив. Саме цій меті слугують всі багатства художньої та розмовної мови. Лексика французьких газет в цілому не має яскраво вираженого емоційно-експресивного забарвлення і не включає розмовні, просторічні і навіть жаргонні елементи, використовує такі словосполучення, які об'єднують в собі функціональне та експресивно-оцінне забарвлення. Багато слів набувають особливого забарвлення в тому випадку, якщо вони вживаються в переносному значенні. Однак, кожне видання прагне до строгості й інформативності, які властиві також науковому та офіційно-діловому стилям, а тенденція до експресивності в газетах виражається в прагненні до доступності та образності форми вираження, що характерно для художнього стилю і розмовної мови – в публіцистичній мові переплітаються риси цих стилів [76, с. 27-31].

Таким чином, мова французьких медіа пов'язана з політичною орієнтацією певного видання, а отже, досліджуючи політкоректність у медіа текстах, не можна не звернути увагу на політичний чинник, який у першу чергу

впливає на експресію медійного дискурсу, його спонукальний характер, вживання лексем оцінювання, а отже й на конотації матеріалу.

2.3. Маркери на пом'якшення дискримінації в українських і французьких медіа текстах

Перша тематична група маркерів політкоректності включає в себе лексичні одиниці на позначення груп людей, які піддаються дискримінації і стають жертвами стереотипів. До найпоширеніших видів дискримінації в українському й французькому суспільстві належать статева, расова і дискримінація сексуальних меншин, тому в нашому дослідженні ми розглянемо саме ці прошарки лексики.

2.3.1. Статева дискримінація

Згідно з рекомендаціями Школи журналістики та зв'язків з громадськістю, під час висвітлення гендерних питань необхідно дотримуватися підходу, заснованого на принципі "рівності", який базується на таких пунктах:

- дотримання балансу в описах жінок та чоловіків. Якщо в повідомленні йде мова про жінку, то описувати її необхідно так само, як і чоловіка. Наприклад, якщо журналіст у сюжеті не описує зовнішній вигляд чоловіка, то робити це стосовно до жінки буде некоректно;
- уважне використання лексики та зображень;
- вживання нейтральних слів, що не відображають перевагу певного гендера над іншим;
- уникнення слів чи висловлень, що містять гендерні упередження [5].

Починаючи з 70-х років XX століття, учені розмежовують поняття *стать* і *гендер*. Стать – це біологічні характеристики, які відрізняють чоловіка й жінку, в той час як гендер – це соціальний конструкт. На цьому підґрунті навіть виникла окрема наука – гендерна теорія, яка нещадно критикує гендерні

стереотипи й обґрунтовує необхідність їх долати. Гендерні стереотипи підтримують гендерну поляризацію – переконання, що люди різної статі діаметрально протилежні. Звичайно, між чоловіками й жінками є розбіжності, що доводять численні дослідження з соціології та психології, проте ці дослідження також показують і значні подібності статей. Однак, факти про подібності залишаються в тіні, в той час як на загальне обговорення потрапляють саме відмінності, та ще й у перебільшеному вигляді, що й породжує гендерні стереотипи. Через ідею відмінності узаконюється гендерна нерівність, яка з давніх часів панує у суспільстві [33].

Як пише Н.В. Собецька, в українській мові фемінітиви сьогодні становлять досить обширну і багатогранну підсистему слів з належною термінологічною базою, відповідним статусом самостійних лексичних одиниць, великою кількістю лексичних підгруп, різними стилістичними ознаками, семантичними відношеннями між собою, усталеною словотвірною базою й власними способами деривації [43].

Олена Малахова зазначає, що найпродуктивнішими суфіксами для творення фемінітивів в українській мові є суфікси *-к-* (*учителька, директорка, лідерка*), *-иц-* (*урядовиця, авантюрниця, очільниця*), *-ин-* (*філологиня, філософиня, своякиня*), *-ес—* (*агентеса, адвокатеса, критикеса*), меншою мірою *-ис-* (*актриса, редактриса*) [21].

Однак, в той час як у живій українській мові активно використовують назви низькокваліфікованих чи низькооплачуваних в жіночому роді (*прибиральниця, кухарка, домогосподарка, покоївка, манікюрниця, офіціантка*), такі слова як *професор, ректор, науковець* на думку супротивників фемінітивів, звучать нестатусно, а назва чоловічого роду звучить компетентніше, авторитетніше і без емоційних конотацій. Однак, іноді нові фемінітиви навмисно маркуються стилістично: такі слова як *депутатка, керівниця* можуть вживатись, щоб виразити жартівливо-іронічний відтінок або підкреслити негативне ставлення до жінки [43].

Олена Малахова вважає, що пропри розповсюджену думку, що фемінітиви – це данина моді, ці одиниці мають давню традицію, а в архівних текстах до 30-х років минулого століття можна часто натрапити на них навіть в офіційних звітах [21]. До того ж, дослідниця стверджує, що вживання фемінітивів – закономірне, адже вони властиві українській мові як системі.

На нашу думку, репрезентація жінки у ЗМІ повинна відповідати сучасним стандартам гендерної рівності, а фемінітиви мають потенціал стати невід’ємним фактором боротьби з гендерними стереотипами і можливістю гідно відображати роль жінки у суспільстві.

Повідомлення з газети Високий замок наочно показує, наскільки відрізняється репрезентація у цьому виданні жінок і чоловіків, які працюють в одній сфері [96]:

Гарна Маша добре грає у теніс

Федерер розлютив Х’юїтта?

Світ потроху забуває "секс-бомбу" російського тенісу Анну Курникову. Вона хоч і цілується з Енріке Іглесіасом, але на турнірах програє у першому колі. До того ж за привабливістю їй не поступається інша російська тенісистка – Марія Шарапова. Маша дуже подобається прихильникам. Он яку величезну шоколадку подарували їй у Токіо напередодні відкриття престижного тенісного турніру Pan Pacific Open!

Сьогодні зранку звання кращого тенісиста сезону і майже чотири з половиною мільйона доларів розіграють лідер світового рейтингу швейцарець Роджер Федерер та третя ракетка турніру австралієць Лейтон Х’юїтт. Беззаперечним фаворитом фіналу фахівці вважають Федерера, і не лише тому, що на груповій стадії змагань швейцарець одного разу вже змусив австралійця зачохлити ракетку (6:3, 6:4). Цей сезон складається для тенісиста із Базеля дуже вдало.

Як видно з цих уривків, ставлення до чоловіка і жінки, які опинилися у одній професійній сфері, різоче відрізняється. Тенісиста відзначають за його спортивні досягнення, а тенісистку – за деталі особистого життя. Звертаємо увагу на лексику, яка використовується в обох уривках: стиль першого повідомлення наближений до розмовного, лексика емоційно забарвлена, повідомлення містить окличні речення й речення з яскраво вираженою позитивною і негативною конотацією. Другий уривок не тільки характеризується більш витриманим стилем, а й кардинально відрізняється від першого за наповненням – тут подано більше фактів, цифр й релевантної інформації, адже за гендерними стереотипами, спорт за замовчуванням вважається чоловічим заняттям. Саме з цієї причини жінки не отримують гідної репрезентації, а їхні досягнення часто залишаються непоміченими.

Такий рівень репрезентації стосується не лише спорту. Для того, щоб дослідити роль жінки у сучасних українських медіа, ми проаналізували статті провідних українських видань.

Для аналізу ми обрали п'ять широко відомих у політиці жінок – канцлерку Німеччини Ангелу Меркель, лідерку партії "Батьківщина" Юлію Тимошенко, президентку Литви Даю Грибаускайте, прем'єрку Великої Британії Терезу Мей, Уповноважену Верховної Ради з прав людини Людмилу Денісову й лідерку французької партії "Національне зібрання" Марін Ле Пен.

Для огляду репрезентації високопосадовців на телеканалі *Інтер* ми проаналізували близько 50 медіа текстів цього ресурсу і виявили, що з 175 маркерів на позначення роду заняття 143 містили маскулінний компонент і всього 32 – фемінний. У статтях, де мова йде про Ангелу Меркель, журналісти застосовують терміни *канцлер*, *політик*, не дивлячись на те, що фемінітив *канцлерка* вже міцно закріпився в українському публіцистичному дискурсі. Схожа ситуація склалася й з іншими представницями – Тереза Мей постає як *прем'єр-міністр* і *прем'єр* і тільки два рази як *прем'єрка*, Даля Грибаускайте –

як *президент*, Юлія Тимошенко і Марін Ле Пен у більшості випадків представлені як *лідери* своєї партії і набагато рідше як *лідерки*.

Якщо ж аналізувати статті *Інтера* присвячені жінкам, ситуація покращується і з'являється більше фемінітивів. Розглянемо уривок зі статті "Українські дівчата відвідали Раду в рамках Всесвітнього дня дівчат" [100]:

В цей день близько 3 000 студенток та старшокласниць з усього світу одночасно зустрілись з жінками-політичними лідерами у парламентах своїх країн та Європейському парламенті, щоб перейняти їх досвід. Українські дівчата відвідали Раду та познайомились з жінками-народними депутатами з різних фракцій.

Однак, якщо читати статтю далі, можна помітити, що назви посад, професій та звань залишаються у чоловічому роді, не дивлячись на те, що в статті йдеться тільки про жінок [100]:

Послом програми Girl2Leader в Україні є народний депутат Юлія Львовичкіна. У зустрічі з дівчатами, зокрема, брали участь ко-хостери кампанії народні депутати Наталія Агафонова та Наталія Королевська та урядовий уповноважений з питань гендерної політики Катерина Левченко.

Видання *Громадське телебачення* вирізняється найбільшою кількістю фемінітивів серед усіх проаналізованих видань – їх тут 119 на противагу 64-м одиницям чоловічого роду. У повідомленнях Громадського виявлено такі одиниці як *канцлерка, президентка, лідерка, політикиня, кандидатка*. Розповідаючи у своїх статтях про жінок, це видання віддає перевагу фемінітивам над одиницями чоловічого роду.

Проаналізувавши статі *Телевізійної служби новин* каналу *1+1*, ми виявили, що з 228-ми згадок журналісти застосували фемінітиви тільки у 74-х випадках, і у 154-х – одиниці чоловічого роду. До того ж, лексика сайту є найяскравішим прикладом незбалансованої репрезентації жінок і чоловіків у ЗМІ.

По-перше, якщо героїнею повідомлення є жінка, можна помітити, що *ТСН* віддають перевагу термінами чоловічого роду на позначення професій, звань і титулів: *канцлер, омбудсмен, прем'єр, лідер, політик, кандидат*. Якщо видання застосовує терміни жіночого роду, часто вони експресивно-забарвлені: *фрау, висока гостя, суперниця*. По-друге, репрезентація жінок і чоловіків у виданні надзвичайно неоднорідна. Прослідкувати це можна шляхом використання механізму пошуку на сайті – після кожної статті *tsn.ua* пропонує механізм тегів, за якими можна перейти з метою пошуку контенту на тему, яка вас цікавить.

Для порівняння дотримання балансу репрезентації жінок і чоловіків за матеріал ми обрали повідомлення про прем'єрку Великої Британії Терезу Мей і прем'єра Канади Джастіна Трюдо. Після переходу за тегом *Тереза Мей* пошуковий механізм видає читачеві сторінку зі списком з 23 статей, серед яких такі [102]: *Яскрава Тереза Мей і загадкова червона валіза: новий вихід прем'єр-міністра, Поповнення в колекції: Тереза Мей приїхала до Бельгії у чоботях з крокодилової шкіри, Любить синій колір: Тереза Мей вийшла у світ в елегантному костюмі і зі строкатим браслетом, Аксесуари вирішують все: майстер-клас від Терези Мей, Елегантна, як ніколи: Тереза Мей в обтислій сукні з вирізом виступила на благодійному вечорі*. Загалом, з 18 з 23 повідомлень стосувалися зовнішнього вигляду прем'єрки, і тільки 5 – її політичної діяльності. У випадку з Трюдо 22 результати з 24 стосувалися про його діяльність як прем'єра, і всього лише 2 медіа тексти стосувалися його особистого життя. Таким чином, спостерігаємо разючу різницю у тому, як "ТСН" висвітлює новини про чоловіків і жінок, які працюють у одній сфері.

Схожа ситуація спостерігається на сайті *Фактів ICTV* – за тегом *Юлія Тимошенко* пошук видає статті, які стосуються зовнішності політичині [104]: *Тимошенко: Я проти тюнінгу та пластики, Тимошенко у бордовій сукні та з новою зачіскою, Новий образ Тимошенко у стилі мілітарі*. Всі ці повідомлення, які не мають жодного стосунку до політичної діяльності Юлії Тимошенко, були

опубліковані в рубриці *Політика*. Ще одним прикладом гендерного дисбалансу в ЗМІ стала стаття *Топ незвичайних нарядів 1 робочого дня Верховної Ради*, де журналісти *ICTV* висвітлюють зовнішній вигляд депутаток Верховної Ради України, не згадуючи жодного чоловіка, який працює у парламенті.

Крім того, видання *ICTV* застосовує лексичні одиниці чоловічого роду, там, де їх можна замінити на фемінітиви: повідомила офіційний представник уряду ФРН. *Радіо Свобода* так само використовує одиниці з маскулінним компонентом замість фемінітивів, які уже давно закріпилися в українському медійному дискурсі: *претендент* замість *претендентка*, *кандидат* замість *кандидатка*, *прихильник* замість *прихильниця*. Як і *Факти ICTV*, *Радіо Свобода* характеризуються надзвичайно низькою часткою фемінітивів у своїх публікаціях (*Радіо Свобода* – 190 маркерів з маскулінним компонентом, 52 маркери з фемінним компонентом, *Факти ICTV* – 164 і 20 відповідно).

Таким чином, з 985 проаналізованих одиниць на позначення професії, роду занять, посади і звання жінок, ми виявили, що журналісти провідних українських видань у 673 випадках використали одиниці чоловічого роду (68% одиниць), і всього лише у 315 випадках – одиниці жіночого роду.

Сучасні тенденції досягнення гендерної рівності у *французькій мові* за останні десять років надзвичайно прогресували і пропонують багато засобів, серед яких: використання інклюзивного письма, фемінізація термінів на позначення професій, використання нейтральної лексики, відмова від спільного чоловічого роду тощо.

Інклюзивне письмо (*l'écriture inclusive*) – це набір графічних та синтаксичних правил для забезпечення рівності представництва між жінками та чоловіками. Воно передбачає відмову від домінування чоловічого роду над жіночим, відомого у граматиці як загальний або спільний рід, який по суті є чоловічим родом зі значенням спільного (наприклад, *des acteurs du développement durable*) і мінімізацію домінування чоловічого роду над жіночим в узгодженні родів (*des hommes et des femmes sont allés*), вживання гендерно

нейтральних слів, використання слів жіночого й чоловічого роду на рівних умовах тощо [111].

Інклюзивна мова базується на трьох принципах. По-перше, це необхідність узгоджувати посади, професії і звання у жіночому роді. Наприклад, *chroniqueuse, chercheuse, écrivaine*. По-друге, це використання одночасно жіночого і чоловічого роду, коли мова йде про групу осіб. Зробити це можна декількома способами: за допомогою прийому, який називають подвійною флексією (*double-flexion* – наприклад, *les candidates et candidats*), за допомогою так званої "серединної точки" (*le point médian* – наприклад *les candidat•e•s*), або ж шляхом нейтральної перифрази *les personnalités candidates*) [62].

Поява інклюзивного письма спричинила справжні ідеологічні війни між фахівцями з французької мови. Серед захисників інклюзивного письма виділяється дослідниця Еліан В'єнно, яка часто зачіпає це питання. За її словами, французька мова за своєю природою володіє всіма засобами для того, щоб на рівних правах говорити про два гендери, що можна спостерігати у мові епохи Відродження, яка була набагато менш сексистською. Після чого, а саме у сімнадцятому столітті, відбулися метаморфози, які поступово призвели до стирання жіночої статі [62].

Довгий час така практика застосовувалася тільки в феміністських колах, і лише нещодавно вона почала розповсюджуватися, чому сприяло її схвалення Вищою радою з питань рівності між жінками та чоловіками (*le Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes*), яка в 2015 році опублікувала практичний посібник для спілкування без гендерних стереотипів. Рада підкреслює, що мова, яка робить жінок невидимими, це мова суспільства, у якому вони відіграють другорядну роль [62].

Що стосується супротивників цієї практики, головні їхні претензії полягають в тому, що інклюзивне письмо робить мову незрозумілою й обтяжує її. У 2016 році Французька академія на своєму офіційному сайті опублікувала

таку заяву: "Більш ніж будь-яка інша установа, французька академія чутлива до змін та інновацій у мові, оскільки її місія полягає в її кодифікації. Вона б'є на сполох не тільки заради збереження існуючих норм, але й заради майбутнього: ця "інклюзивна" аберація веде до того, що французька мова зараз знаходиться в серйозній небезпеці, за що наша нація відповідає перед наступними поколіннями" [72].

Сучасна французька мова має тенденцію до фемінізації термінів на позначення професій. Анн-Марі Паво резюмує основні тенденції використання назв професій в жіночому роді [51]:

- якщо слово чоловічого роду закінчується на голосну, то змінюється тільки артикль (*un architecte – une architecte*);

- якщо назва професії в чоловічому роді закінчується на *-i*, *-é*, необхідно додавати *-e* (*un apprenti – une apprentie*);

- якщо назва професії не закінчується на *-eur*, то додається *-e*: *une consule, une écrivaine, une lieutenant*; для слова *professeur*, яке традиційно в підручниках і словниках було тільки чоловічого роду, в мові спостерігається два варіанти фемінізації: *une professeur, une professeuse*;

- за правилами *-eur / -euse* (*un footballeur – une footballeuse*) *-teur/-trice* (*un agriculteur – une agricultrice*); *-teur / -teuse* (*un acheteur – une acheteuse*); *auteure, docteure, a ne autrice, doctrine*;

- якщо професійний статус позначається аббревіатурою, то артикль змінюється в роді (*un PDG – une PDG (une Présidente Directrice Générale)*), хоча спроби утворити жіночий рід від цього скорочення зустрічаються і інші – *une PDGette*. Однак, це слово має скоріше зменшувальну конотацію, що недоречно, беручи до уваги високий статус жінки, яка займає цю посаду .

- запозичені слова змінюють рід артикля (*un imprésario – une imprésario*).

Для того, щоб рівність чоловіків і жінок відображалася у словниковому складі французької мови, прем'єр-міністр Лоран Фабіус у 1986 році видав циркуляр про фемінізацію назв професій в офіційних документах, але через

його неефективність і повільність процесу фемінізації лексики, у 1998 році прем'єр-міністр Ліонель Жоспен публікує другий циркуляр. З того часу ця практика набирає обертів, незважаючи на активну опозицію французької академії. У комм'юніке, опублікованому в 2014 році, вона протестує проти "системи, яка прагне нав'язати, іноді всупереч бажанню залучених осіб, форми, такі як *professeure, recteure, sapeuse-pompière, auteure, ingénieure, procureure, chercheure*, які суперечать правилам словотвору і є справжніми варваризмами [86].

Лінгвіст і лексиколог Ален Рей стверджує, що назви професій і посад тривалий час мали лише форму чоловічого роду через те, що, починаючи з середньовіччя, вони були зайняті чоловіками. Сьогодні все змінилося, і ми повинні винайти нові форми. Дослідник наводить у приклад Квебек, де така реформа була дуже успішною – прогресивні квебекці без проблем застосовують у мовленні фемінітиви. Учений вважає, що для досягнення змін Франції, необхідно утворювати терміни жіночого роду кожного разу, коли цього дозволяє морфологія – наприклад, *une avocate, une députée ou une ministre*. Як один із укладачів словника *Le Petit Robert*, учений завжди додавав до них ці нові форми. Що стосується інклюзивного письма, Ален Рей вважає, що явище набагато менш драматичне, ніж про нього говорять, оскільки його застосування зводиться до письма й не стосується усного мовлення. Воно також може співіснувати з іншими формами фемінізації – кожен має вибір між знаменитою *point médian* або ж одночасним використанням двох форм (*les françaises et les français*). Однак, необхідно визнати, що така реформа була б надзвичайно складною – у школярів й без неї є проблеми з вивченням французької орфографії, а перехід до інклюзивного письма був би занадто радикальним кроком [67].

Репрезентація жінок у медіа, гідний рівень гендерного балансу, об'єктивне висвітлення проблем гендерної рівності і що найголовніше – точки зору самих жінок, пропозиції шляхи прокращення ситуації – все це присутнє у

статтях французьких медіа, незалежно від політичного спрямування видання. На перших шпальтах видань можна знайти такі гучні заголовки як *Agnès Varda : " Les féministes ont raison de gueuler ! "* (*Le Monde*) [114], *Les femmes meilleures conductrices que les hommes* (*Le Point*) [115], *Le féminisme n'est ni une secte ni une marque déposée* (*Libération*) [116], *Un guide du féminisme pour les hommes retiré de la vente pour plagiat* (*Le Figaro*) [113], *Etre féministe en Afrique: un combat contre le joug patriarcal* (*France Info*) [110], нічого схожого серед публікацій провідних українських ЗМІ не знаходимо.

Фемінізація посад і професій вже декілька років є частиною редакційної практики і внутрішніх правил газети *Le Monde*. Саме видання визнає, що інколи редактори сумніваються або не погоджуються між собою щодо певних закінчень – наприклад, *auteure* або *autrice*, *chercheure* або *chercheuse*. У 1991 році Едіт Крессон називали як *le premier ministre*, зараз же пишуть *madame la ministre*. Навіть коли жінка, у якої взяли інтерв'ю, або зовнішнє джерело використовує одиницю чоловічого роду, редакція автоматично застосовує до нього фемінізацію. До того ж, замість *Journée de la femme*, *Le Monde* пише *Journée des droits des femmes* або *Journée des femmes* [81].

З іншого боку, більшість редакторів *Le Monde* скептично ставляться до використання *point médian* (*les chômeur•euse•s*) та одночасного використання жіночих та чоловічих форм (*les sénatrices et les sénateurs*). Ці рекомендації Вищої ради з питань рівності між жінками та чоловіками здаються їм пристосованими для офіційних документів, і зовсім ніяк не для літератури і не для щоденної газети – особливо, коли це стосується заголовків [81].

Оскільки використання фемінітивів для позначення посад, професій, звань і роду занять французькі видання зобов'язує закон, під час дослідження публікацій французьких ЗМІ ми майже не виявили прикладів використання одиниць з маскулінним компонентом. Для більш різностороннього погляду ми проаналізували матеріали рубрики *Politique, Sport i Culture i Société*.

Усі видання застосовують у своїх статтях фемінітиви. Проаналізувавши статті з рубрики *Politique* усіх видань, ми виявили такі одиниці як *la chancelière, la candidate, la présidente, la patronne, la femme politique*. Наприклад, канцлерку Німеччини Ангелу Меркель називають *la chancelière allemande, la docteure en physique devenue chancelière, la femme la plus puissante du monde, la chef du parti, la première femme élue à cette fonction*, лідерку партії *Le Rassemblement National* Марін Ле Пен – *la patronne de l'extrême droite française, la présidente du RN (Rassemblement National), la patronne du RN, la candidate pour les élections*.

У рубриці *Culture* можна зустріти такі терміни як *écrivaine, auteure, éditrice, lauréate, conteuse, animatrice, professionnelle du cinéma, réalisatrice, décoratrice, actrice, comédienne, danseuse, metteuse en scène, monteuse*. У матеріалах про Каннський кінофестиваль членів журі називають *la présidente du jury, les membres féminins du jury, les femmes de 7eme art*.

У публікаціях рубрики *Sport* тут журналісти використовують такі маркери як *joueuse, joueuse de tennis, championne, vaincue, sportive, l'ancienne numéro 1 mondiale, footballeuse, volleyeuse*, англіцизм *tenniswoman*.

Рубрика *Société* налічує найбільшу кількість фемінітивів на позначення професій: *administratrice, agente, agricultrice, astronaute, avocate, caissière, cascadeuse, chanteuse, chercheuse, déléguée, organisatrice, procureure, professeure, psychologue, éducatrice, enseignante, entrepreneure, espionne*.

Що стосується інклюзивного письма, воно широко застосовується Інтернет-ресурсом *AJ+ français*. *AJ+ français* – це видання, орієнтоване на молодь, контент якого випускається виключно у форматі відео і публікується в соціальних мережах Facebook і Twitter. Гасло ресурсу також виконане за допомогою інклюзивного письма – *Éveillé•e•s. Impliqué•e•s. Créatif•ive•s*. Видання активно застосовує інклюзивне письмо у своїх публікаціях [105]: *Le harcèlement scolaire marque à vie des enfants et des adolescent•e•s une répression sanglante au Maroc, qui a fait des dizaines de milliers de mort•e•s; Justin Trudeau a présenté ses excuses pour le refus du Canada d'accepter un navire de 907*

réfugié•e•s juif•ive•s; Depuis la nomination du jury, plusieurs ont demandé à être excusé•e•s de crainte de représailles.

Таким чином, здійснивши зіставний аналіз українських і французьких ЗМІ на предмет висвітлення гендерних питань, репрезентації жінок і чоловіків, забезпечення гендерного балансу, ми виявили наступне:

- французькі медіа практично повністю вдаються до використання фемінітивів (маркерів чоловічого роду на позначення жінок практично не виявлено), на відміну від українських медіа (дуже мала кількість фемінітивів – 32% порівняно з 68% одиниць чоловічого роду);

- висвітлення образу жінки у проаналізованих французьких медіа відповідає рекомендаціям медіа експертів, тоді як українські медіа здебільшого послуговуються застарілими практиками;

- обговорення гендерних питань, проблема гендерної рівності, фемінізм і є одними з ключових тематичних блоків, представлених у французьких ЗМІ, чого не можна сказати про українські медіа, для яких ці питання є або другорядними, або зовсім відсутніми.

2.3.2. Расова дискримінація

У ході дослідження ми виявили, що серед публікацій, які висвітлюють расові питання у французьких і українських медіа, найдоцільніше порівнювати матеріали, які стосуються ромської спільноти. На території Франції і України проживає досить велика кількість представників ромської етнічної меншини, зокрема, за даними Ради Європи, в Україні проживає близько 200 тисяч ромів [30].

Спілка журналістів Великої Британії розробила спеціальні вказівки для журналістів, яких вони повинні дотримуватися при висвітленні расових відносин. Ключовими пунктами цих вказівок є такі [5]:

- зазначайте інформацію про расову приналежність людини виключно тоді, коли це стосується змісту;

- уникайте вживання слів, які вважаються образливими, не дивлячись на те, що колись вони могли бути розповсюдженими (наприклад, "метис" або "кольоровий");
- дізнайтеся у самої людини, як вона себе ідентифікує;
- намагайтеся досягти розмаїття та збалансованості у висвітленні подій, особливо соціального характеру.

Спілка також опублікувала окремі постанови про створення журналістських матеріалів про ромів [5]:

- не додавайте надмірної сенсаційності сюжетам про ромів, особливо щодо їх стосунків із іншими спільнотами, питань житла та освіти;
- використовуйте терміни "роми" або "мандрівники" тільки тоді, коли вони є необхідними й правильними;
- переконайтеся, що використовуєте правильну термінологію, розповідаючи про культуру ромів;
- прислухайтеся до точки зору самих представників спільноти.

Щодо лексики, яку необхідно застосовувати в матеріалах про ромську спільноту, правозахисниця Ольга Веснянка стверджує, що необхідно використовувати слова *ром*, *ромська спільнота*, *ромське населення*, *ромський народ*. Варто уникати таких словосполучень як *цигани*, *особи ромської національності*, не можна казати *ловити ромів*, *розігнати ромів*. Як пише Le Monde, термін *tsiganes* вважається образливим тільки у Східній Європі. Що стосується Західної Європи, він є цілком прийнятним й інколи навіть може мати позитивну конотацію, коли його асоціюють з етнічною музикою або святами. Окрім *tsiganes*, коректними вважаються термін *goms* та адміністративний термін *gens du voyage* [30].

Проаналізувавши лексику на позначення ромів у матеріалах п'яти провідних українських виданнях, ми виявили 333 одиниці, з яких 255 одиниць (76%) мали нейтральну конотацію і відповідали рекомендаціям медіа експертів, 78 одиниць (24%) були експресивно забарвленими і, згідно зі стандартами

журналістської етики, є неприпустимими. Більшість українських медіа у повідомленнях про ромів зосереджуються на правопорушеннях, злочинних історіях і кримінальних впровадженнях.

Наприклад, "ТСН" вирізняються тим, що часто використовують негативно забарвлену, емоційну, жаргонну лексику (навіть в заголовках до статей), висвітлюючи питання ромів [102]: *французи підпалили табір циган, що їх дістали; у Росії цигани-бунтарі напали на московських журналістів; затримання бунтарів; засуджений за смертельне ДТП циган-мажор нахабно розгулює по місту; баронеса тутешньої галявини Віра повідомила; роми роблять невинний погляд.*

Така лексика є неприпустимою для висвітлення міжетнічних відносин з причини надання великої емоційної забарвленості при висвітленні інциденту та подання не фактів, а власних оціночних суджень, що неминуче призводить до посилення стереотипів про ромів у суспільстві. У публікаціях інших видань ми не виявили подібної лексики, але натрапили на інші порушення – як і ТСН, інші ресурси такі як *Подобиці, Факти ICTV, Громадське телебачення* часто використовують некоректні одиниці *цигани, чоловік ромської національності, особа ромської національності, житель ромської національності, один з ромів*, які не рекомендують до використання медіа експерти. До того ж, у більшості публікацій відсутній баланс сторін, не надається слово самими ромам, до коментарів не залучають правозахисників і представників які займаються захистом прав національних меншин в Україні.

Винятком стало видання *Радіо Свобода Україна* – в проаналізованих статтях ми не виявили жодного експресивного чи оціночного судження, медіа тексти не містили стереотипних висловлювань і суб'єктивних односторонніх поглядів. Заголовки статей цього видання не містять невиправданої емоційності і мають на меті привернути увагу громадськості до ситуації в цілому, а не до конкретних подій, які здатні лише викликати сенсацію [99]: *Рівень нетерпимості до ромів в Україні надзвичайно високий – Кондур; Зняти*

завісу: як живуть молоді роми в Україні; Роми в Україні: особливості, традиції та стереотипи.

Проаналізувавши близько 70 статей французьких медіа, ми не виявили жодного оціночного судження чи експресивних виразів. У 100% випадків французькі ЗМІ послуговуються лексикою, схваленою міжнародними вимогами: *les roms, les familles roms, les enfants roms, la population rom* або взагалі не акцентують увагу на національності : *les familles, les personnes*. До того ж, тематика текстів – це права ромів, шляхи подолання бідності, нерівноправ'я, покращення інтеграції спільноти у французьке суспільство: *Etre Rom en France (Le Monde); À Rezé, les riverains ont intégré les Roms (Le Figaro), Roms : "C'est l'intégration, et non l'exclusion, qui permettra d'avancer"(Libération); La réussite d'un village d'insertion pour les familles roms (France Info)*.

Таким чином, здійснивши зіставний аналіз українських і французьких ЗМІ на предмет репрезентації жінок і чоловіків, забезпечення гендерного балансу, ми виявили наступне:

- французькі медіа практично повністю вдаються до використання коректної лексики (100% маркерів з нейтральною конотацією, неприйнятною термінології не виявлено), в українських медіа ситуація дещо інша – 76 % коректих одиниць і 24% неприйнятних;

- французи практично завжди використовують нейтральну, коректну лексику, привертають увагу суспільства до проблем ромів, до їхньої стигматизації і проблем інтеграції ромської спільноти у суспільство, і що найголовніше – намагаються розвінчати стереотипи і показати справжні реалії життя ромів у країні; більшість же статей українських медіа висвітлюють кримінальні інциденти і надають матеріалу емоційної забарвленості і сенсаційності, акцентують увагу на національності учасників і у більшості випадків згадують про ромів у кримінальному контексті, оминаючи інші аспекти життя спільноти.

2.3.3. Дискримінація за сексуальною орієнтацією

Резолюція Європарламенту від 18 січня 2006 року визначає гомофобію, як "ірраціональний страх і огиду до гомосексуальності та до лесбійок, геїв, бісексуалів і трансгендерних людей (ЛГБТ), що засновуються на упередженні, подібному до расизму, ксенофобії, антисемітизму та сексизму" [11, с. 9].

Експерти з гендерної ідентичності вважають, що під час підготовки матеріалів журналісти мають виходити з того, що сексуальна орієнтація – елемент ідентичності людини. Таким чином, будь-які упередження і стереотипи в сюжетах, що розповідають про гомо- чи бісексуальні стосунки або трансгендерних людей, можуть не тільки образити, а й глибоко образити всіх, хто пов'язаний із ЛГБТ-спільнотою. Крім того, у цьому випадку медіа стають каналами ретрансляції агресії та дискримінації стосовно представників ЛГБТ і навіть підігрують вороже ставлення до них [11].

Оскільки представник журналістської професії повинен завжди залишатися нейтральним, він ні в якому разі не повинен підігрувати гомофобію в суспільстві.

Посібник з висвітлення розмаїття Школи журналістики та зв'язків з громадськістю наводить такі рекомендації з висвітлення сексуальних меншин : налагодити комунікацію з представниками спільноти – називати їх так, як вони самі готові себе називати вживати нейтральну термінологію, не цитувати осіб, які вживають мову ворожнечі, адже ця практика підігрує ненависть; не поширювати у матеріалах стереотипні узагальнення [5].

Українські медіа експерти стверджують, що задля уникнення поширення стереотипів і мови ворожнечі, коректно вживати такі терміни [11, с. 35]: *сексуальна орієнтація* або просто *орієнтація*, *камінг-аут*, *ЛГБТ*, *гомосексуальність*, *гомосексуальна орієнтація*, *бісексуальність*, *бісексуальна орієнтація*, *геї*, *лесбійки*, *гомосексуали*, *сексуальні меншини*.

Такі слова вважаються нейтральними, інші ж є ознакою гомофобної риторики. Наприклад, некоректно буде говорити *про нетрадиційну сексуальну*

орієнтацію, нетрадиційні сексуальні відносини, нетрадиційні пари, нетрадиційні сім'ї, секс-меншини тощо. Натомість варто писати про гомосексуальні відносини або просто відносини, гомосексуальні пари або пари, одностатеві сім'ї або просто сім'ї [11].

Як і інші меншини, в українських медіа ЛГБТ здебільшого постають не як повноцінна частина суспільства, а як привід для сенсації, невинуватеного застосування емоційної лексики тощо. Наприклад, проведення Маршу Рівності та інших демонстрацій за права сексуальних меншин в Києві викликає цілу хвилю матеріалів, серед яких були публікації з суб'єктивною точкою зору автора і експресивних висловлень, що неприпустимо в професійній журналістиці: *дивний мітинг із сутичкою, побиті геї (Інтер), з рожево-блакитним відтінком (ICTV)*.

Під час порівняння українських і французьких медіа текстів, які висвітлюють життя ЛГБТ спільноти, можна помітити розбіжності, спричинені роллю сексуальних меншин в українському і французькому суспільстві. Французькі ЗМІ пишуть про захист прав ЛГБТ, про тенденції боротьби проти гомофобії, інформують читачів про ЛГБТ задля їхньої ефективнішої інтеграції, висвітлюють заходи й міри, присвячені правам сексуальних меншин: *Homophobie: plus de 50% des LGBT disent avoir victimes d'agressions (Le Point), "On ne se taira plus": des centaines de personnes réunies à Paris contre l'homophobie (Le Monde) [113], La Premier League se met aux couleurs arc-en-ciel pour soutenir la communauté LGBT (Le Figaro) [112], Mais ça veut dire quoi, LGBTQIA+ ? (Libération [115]), Lutte contre l'homophobie : le gouvernement propose des mesures aux associations LGBT (France Info) [108]*.

Асоціація ЛГБТ журналістів Франції випустила вказівки про те, як потрібно висвітлювати життя ЛГБТ-спільноти в ЗМІ для того, щоб не вдаватися до дискримінації. Згідно з цими вказівками, необхідно уникати таких висловлень: *avouer son homosexualité* (зізнатися у своїй гомосексуальності), оскільки слово *avouer* може мати відтінок визнання вини; *marriage gay* (гей-

шлюб), адже слово *gay* виключає інших представників спільноти, оскільки у Франції одностатеві шлюби вже давно дозволені законом, варто вживати слово *mariage; famille normale* (звичайна родина), адже одностатеві шлюби вже стали звичним явищем у суспільстві; *Gay Pride* (гей-прайд), який знову ж таки виключає певних представників спільноти, доцільніше буде сказати *la Marche des fiertés*) [5].

Прийнятними в ЗМІ є такі терміни: *homosexualité, orientation sexuelle, identité de genre, expression de genre, LGBT, mariage homosexuel ouvertement gai, lesbienne, bi-sexuel coming out, femme trans, homme trans, famille homoparentale homosexuel, homosexuelle, transgenre* тощо [68].

Отже, здійснивши зіставний аналіз українських і французьких ЗМІ на предмет репрезентації сексуальних меншин і на наявність коректної і недопустимої лексики, ми зробили такі висновки:

- французькі медіа практично повністю вдаються до використання коректної лексики (100% маркерів з нейтральною конотацією, неприйнятною термінології не виявлено), в українських медіа ситуація відрізняється – 71 % коректних одиниць і 29% неприйнятних;

- репрезентація ЛГБТ спільноти в українських і французьких ЗМІ відрізняється. французи зуміли віднайти баланс, аби уникнути в своїх публікаціях дискримінації, що ґрунтується на сексуальній орієнтації, привертаючи увагу до життя ЛГБТ, до забезпечення їх прав і свобод і до повноцінної інтеграції сексуальних меншин у суспільстві, зберігають нейтральний, професійний підхід до чутливої теми матеріалу, в той час як українські медіа рідко звертають увагу на дискримінацію цієї спільноти, не дивлячись на її високий рівень в країні, часто роблять ставку на сенсаційності і скандальності матеріалів про ЛГБТ, підігривають негативне до них ставлення і тим самим нехтують міжнародними журналістськими стандартами. Не дивлячись на те, що в матеріалах українських медіа з часом з'являється все більше термінів з нейтральною конотацією, застарілі й емоційно забарвлені

терміни в медіа текстах про сексуальні меншини досі присутні, тоді як в французьких медіа ми не виявили жодного неприйнятного терміну.

2.4. Тактовність щодо особливостей здоров'я людини

ЗМІ несуть відповідальність за правдиве, справедливе, вільне від стереотипів та упереджень зображення людей з інвалідністю. Експерти погоджуються, що мова та слова, що використовуються для позначення людей з інвалідністю, мають прямий вплив на те, як суспільство їх сприймає і як до них ставиться. Використання мови, що підкреслює особу, а не її інвалідність, допомагає боротися із стигмою та сприяє покращенню інклюзивності в суспільстві.

Розуміння стереотипів про людей з інвалідністю допомагає їх уникнути та створити конструктивний образ в медіа запропонувати конструктивний образ на основі реальності.

Зазвичай стереотипи пов'язують людей з інвалідністю з хибними образами "жертви" та "супергероя". В образі "жертви" людина постає як вразлива, стражденна, недієздатна і безпорадна, в образі "супергероя" – як взірець для натхнення, яка "наперекір своїй інвалідності" виконує щоденні рутинні справи або навіть досягає певних висот – наприклад, у сфері спорту, науки, музики тощо [83]. Розповідаючи про людей з інвалідністю в ЗМІ, потрібно в першу чергу пам'ятати, що мова йде про людину, про особистість, а не про її інвалідність.

В Україні 16 січня 2018 року офіційно заборонили термін *інвалід*. Лариса Байда з Національної асамблеї людей з інвалідністю пояснює, що коректно вживати одиниці *людина з інвалідністю, людина з аутизмом, людина з контузіїю*, адже тут увага акцентується на особистості, а не на її стані здоров'я. Прийнятними також є терміни *люди з інтелектуальними порушеннями* та *люди з психічними порушеннями, незрячі люди, нечуючі люди, люди, які отримали каліцтва, люди з ампутацією* [2].

Необхідно відмовитися від часто вживаних термінів *людина з обмеженими можливостями, неповносправна особа, людина з особливими потребами, особливі діти, прикутий до візка, каліка, людина, що страждає на ДЦП* [2].

Що стосується французької термінології, рекомендується дотримуватися таких вказівок [83]:

	<i>Коректно</i>	<i>Некоректно</i>
le handicap	<i>handicapé, personne handicapé,</i>	<i>invalidé</i>
une déficience visuelle (порушення зору)	<i>personne avec une déficience visuelle</i>	<i>aveugle, handicapé visuel, malvoyant, non-voyant</i>
une déficience auditive (порушення слуху)	<i>personne malentendante, personne avec une déficience auditive</i>	<i>sourd, sourd-muet, malentendant, handicapé auditif</i>
une déficience motrice (порушення опорно-рухового апарату)	<i>personne utilisant un fauteuil roulant, personne utilisant des béquilles, personne à mobilité réduite, les personnes ayant un handicap moteur</i>	<i>confiné, cloué, rivé à un fauteuil roulant, boiteux</i>
une déficience intellectuelle (інтелектуальні порушення)	<i>personne ayant une déficience intellectuelle</i>	<i>arriéré, déficient, handicapé, retardé mental</i>

У статтях про людей з інвалідністю українські ЗМІ здебільшого використовують нейтральну термінологію: *люди з інвалідністю, особи з*

інвалідністю, люди з вадами слуху, люди з розумовими порушеннями, незрячі, особа з інвалідністю, люди з вадами зору. Однак, журналісти досі послуговуються термінами *люди з обмеженими можливостями, люди з особливими потребами, особливі діти*, які можуть здатися толерантними порівняно з грубим словом *інвалід*, але вже є застарілими й стають на заваді забезпеченню інклюзивності в медіа.

Французькі медіа застосовують нейтральні терміни *les personnes handicapées, les personnes en situation de handicap, les personnes à mobilité réduite, les déficients visuels, les déficients auditifs*.

У результаті порівняння маркерів на позначення людей з інвалідністю в українських і французьких ЗМІ на предмет коректної і недопустимої лексики, ми з'ясували, що:

- французькі медіа не використовують неприпустиму лексику (100% маркерів з нейтральною конотацією, неприйнятною термінологією не виявлено), на відміну від українських ЗМІ (19% неприпустимих термінів, 81% коректних);
- розповідаючи про людей з інвалідністю, французькі й українські ЗМІ все частіше послуговуються так званою *people first language*, де увага акцентується на людині, а не на її фізичному стані.

2.5. Маркери вияву тактовності щодо соціальних проблем

Соціальні проблеми, які висвітлюються в українських і французьких медіа, в першу чергу пов'язані з явищами міграції, неблагополучності кварталів, міграцією, бідністю, злочинністю та безробіттям. Такі сюжети найчастіше стають приводом для клікбейтів, маніпулятивних заголовків, упереджень і мови ворожнечі, оскільки саме на гучні події й сенсації існує великий попит, а мова – це один із способів надати репортажу сенсаційності, навіть якщо її в ньому немає.

Під час висвітлення теми міграції надзвичайно важливо використовувати не тільки коректну, але й правильну термінологію, яка відображає принципи національного та міжнародного права. На жаль, в ЗМІ дуже часто розповсюджується неточна, спрощена або спотворена інформації стосовно шукачів притулку, біженців, жертв торгівлі людьми та мігрантів. Всі біженці є мігрантами, але не всі мігранти є біженцями, і важливо знати різницю між цими поняттями. Для того, щоб вжити правильну термінологію, журналіст має проводити додаткове дослідження, чим часто нехтують українські ЗМІ, і що зазвичай залишається непоміченим через медійну неграмотність аудиторії.

Некоректними є одиниці *неправдивий, нелегальний або невдалий шукач притулку*, натомість необхідно використовувати терміни шукач притулку, якому відмовлено в наданні статусу біженця. Для позначення осіб, які залишилися в країні після завершення терміну дії їх візи, правильними є терміни мігрант із нерегульованим статусом або недокументований мігрант [5].

Правильним терміном на позначення переселенців всередині країни є ВПО (*déplacés internes*), що розшифровується як *внутрішньо переміщені особи*, їх часто називають також *переселенці, вимушені переселенці*. У медіа їх можуть помилково називати біженцями, що некореткно, оскільки біженець – це людина, яка змушена виїжджати за межі своєї країни. Однак, розмежовувати ВПО від українців можна тільки, коли у тексті мова йде про ситуацію, що склалася навколо їх переселення, оскільки поділ людей на "ми/вони", узагальнення, акцентування на статусі часто буває недоречним і породжує стереотипи, наприклад, *переселенець із Донбасу пограбував дім* [31].

Шукач притулку (demandeur d'asile) — це особа, яка знаходиться за межами країни своєї національності та подає заяву про отримання статусу біженця, або інших форм міжнародного захисту, в іншій країні відповідно до Женевської конвенції про статус біженців 1951 року. Він/вона є шукачем притулку і має право на перебування в приймаючій країні в якості негромадян,

які знаходяться в країні на законних підставах, до остаточного рішення уповноважених органів. Відповідно, шукачі притулку, не є мігрантами з нерегульованим статусом, незважаючи на те, що вони могли в'їхати до приймаючої країни без документів, що посвідчують особу, або в незаконний спосіб, наприклад через так звані "змішані шляхи міграції", які включають як мігрантів з нерегульованим статусом, так і потенційних біженців [5].

Біженець (réfugié) — це особа, яка має обґрунтовані побоювання стати жертвою переслідувань за ознакою расової належності, релігії, громадянства, належності до певної соціальної групи чи політичних поглядів та знаходиться за межами країни своєї національності і не в змозі або не бажає користуватися таким захистом внаслідок таких побоювань [5].

Жертва торгівлі людьми (victime de traite des êtres humains) — це особа, яка, на відміну від мігрантів з нерегульованим статусом (*étranger en situation irrégulière*), які потрапляють на територію країни за участі контрабандистів, які переправляють людей, не давала згоду на перевезення до іншої країни [5].

Мігрант/іммігрант (migrant / immigré) — це особа, яка добровільно вирішує залишити свою країну походження в пошуках кращих економічних умов. У французькій мові думки вчених розходяться щодо того, яке слово є більш прийнятним — *migrant* або *immigré*, тому на даному етапі в французькому медійному дискурсі обидва є прийнятними [58].

Мігрант з нерегульованим статусом (étranger en situation irrégulière), яких часто некоректно називають "незаконними" мігрантами, є особою, яка: а) в'їхала на територію країни з уникненням перевірки на кордоні; б) в'їхала до країни в законний спосіб, наприклад за туристичною візою, і не залишила країну після завершення терміну дії візи (таким чином ставши так званими "іноземцями, що перевищили строк перебування"); або в) не залишили територію країни призначення після отримання рішення про видворення [5].

Згідно з даними неурядової організації PICUM, яка бореться за права незадокументованих мігрантів, некоректними термінами варто вважати

поширені одиниці *illégal* та *clandestin* з декількох причин. По-перше, вони є юридично неправильними і вводять читача в оману, по-друге, вони принижують людську гідність, протилежать основним європейським цінностям і містять негативну конотацію. Натомість PICUM рекомендує вживати терміни, рекомендовані такими впливовими міжнародними організаціями як ООН, Європейський парламент і Рада Європи: *travailleurs migrants sans documents, les travailleurs irréguliers, les migrants irréguliers, les migrants en situation irrégulière, les travailleurs en situation irrégulière, les sans-papiers, les irréguliers*. За словами Сесилії Малстрьом, колишньої комісарки Європейського парламенту з питань внутрішніх справ, "нелегальних мігрантів не існує. Люди можуть вдаватися до незаконних шляхів, щоб потрапити до Європи, але жодна особистість не є нелегальною" [90].

Порушенням нейтральної конотації вважається використання слів, які мають емоційне або оцінне забарвлення, що часто спостерігається в українських ЗМІ: *півсотні мігрантів "взяли штурмом" пляж в Іспанії, 50 мігрантів штурмують переповнений туристами пляж, готові брати кордон штурмом, (Факти ICTV), шалена навала мігрантів, біженці штурмують іспанське узбережжя (ТСН), навали біженців (Подробиці, Інтер)*. До того ж, українські медіа зловживають термінами *нелегальний, незаконний*.

Не дивлячись на те, що в Європі наразі проходить міграційна криза, і Франція є однією із задіяних країн, французькі ЗМІ використовують виключно нейтральну лексику, описуючи події, які в українських ЗМІ подаються як сенсаційні із недоречним застосуванням експресивних одиниць з негативною конотацією. На відміну від українських, французькі медіа не зображають мігрантів як зовнішню загрозу, не поділяють людей на "чужих" і "своїх", і ставлять на перше місце особистість, а не її статус мігранта. Наочним прикладом є уривок зі статті Le Monde [114]: *Cette femme libyenne de 44 ans, aux cheveux teints en blond, plaisante. Consciente de l'incongruité de la situation, mais non moins déterminée à ce que son animal l'accompagne. Trente-sept Libyens se*

trouvaient à bord de la barque de bois secourue cette nuit-là, dont 17 mineurs. Une situation inhabituelle. Висвітлюючи тему міграції, провідні французькі видання використовують нейтральні терміни *les migrants, les immigrés, les demandeurs d'asile, les étrangers en situation irrégulière, les étrangers sans papiers*.

Таким чином, у результаті здійснення зіставного аналізу українських і французьких ЗМІ на предмет коректної і недопустимої лексики на позначення мігрантів, ми виявили, що:

- розповідаючи про мігрантів, французькі медіа використовують коректну лексику (100% маркерів з нейтральною конотацією, неприйнятною термінології не виявлено), в українських медіа ситуація відрізняється – майже половина (88 одиниць, 48%) термінів на позначення мігрантів є некоректними й негативно забарвленими, в той час як коректних одиниць було виявлено всього 80 (52%).

- такий високий показник неприпустимої термінології супроводжується негативним образом мігранта в українських медіа, чого не можна сказати про французькі ЗМІ, де лексика висвітлення теми мігрантів відповідає рекомендаціям впливових міжнародних організацій та медіа експертів.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У період невідомого розвитку інформаційних технологій у сучасному глобалізованому суспільстві людина може миттєво отримати доступ до будь-якої інформації, що робить її залежною від медіа ресурсів. За цих умов ЗМІ здатні здійснювати колосальний вплив на світогляд населення й формувати сприйняття особистістю навколишнього світу і ставлення громадськості до груп населення, які стають жертвами дискримінації, ксенофобії, расизму, гомофобії та інших форм ненависті, викликаних нетерпимістю. Журналісти несуть особливу відповідальність за правдиве, неупереджене й етичне та

висвітлення подій, що стосуються цих меншин, адже медійні матеріали слугують для аудиторії вікном у навколишній світ. І ризикують містити види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують цю ненависть.

Оскільки висвітлення таких тем неunikно має політичне підґрунтя, а мова і політика нерозривно пов'язані між собою поняття, вкрай важливо звернути увагу на політичне забарвлення і редакційну політику французьких і українських видань. У Франції відбувається медіатизація політики й політизація ЗМІ: французькі видання віддають перевагу чи то лівій, чи то правій ідеології, чи то відкрито, чи то приховано, що позначається на мові й експресивності контенту, але не на його змісті. Основною рисою українських ЗМІ є приналежність до тих чи інших медіа холдингів. Провідні українські видання характеризуються надмірною залежністю від свого власника й редакційної політики видання, що призводить до заангажованості повідомлень, а високий рівень медійної неграмотності населення заважає людям розпізнавати якісний контент від неякісного, маніпулятивного, неправдивого або "замовного".

У процесі порівняння відповідності українських медійних текстів міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо висвітлення тем, пов'язаних із розмаїттям, та з регулювання використання мови ворожнечі у ЗМІ, ми проаналізували близько 150 статей провідних видань і виявили таке співвідношення використання коректних і неприйнятних лексичних одиниць:

- репрезентація жінок характеризується використанням здебільшого лексичних одиниць з маскулінним компонентом (68%), тоді як одиниць з фемінінним компонентом нараховується всього 32%;
- серед одиниць на позначення національних меншин 76% виявилися маркерами політкоректності, і 24 – емоційно-оцінними одиницями;
- 81% одиниць на позначення людей з інвалідністю виявилися коректними, 19% – неприпустимими;

- висвітлення питання міграції характеризується найнижчою часткою політкоректних одиниць – 52%.

У результаті аналізу близько 150 текстів французьких медіа, ми практично не виявили некоректної лексики: всі одиниці відповідають міжнародним стандартам і рекомендаціям медійних експертів, що робить французький медійний текст вільним від упереджень, дискримінації та мови ворожнечі.

Таким чином, мова політкоректності в українських ЗМІ проходить період становлення, тоді як у французьких вона уже сформована і займає чільне місце серед активної лексики медійних текстів.

РОЗДІЛ 3

ЗАСОБИ ВІДТВОРЕННЯ ПОЛІТКОРЕКТНИХ ОДИНИЦЬ ФРАНКОМОВНИХ МЕДІА ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

3.1. Конотація як важливий чинник передачі семантичного наповнення політкоректних одиниць

Сьогодні мова політкоректності є переважно евфемістичною, як стверджує К. М. Лазаревич, евфемізму властива його денотативна співвіднесеність з прямим найменуванням й непряма природа номінації. Однак, на відміну від прямого найменування, який володіє негативною конотацією, евфемізм характеризується конотацією виключно позитивною або нейтральною [33].

Різні відтінки сенсу, що приховуються за прямим значенням, все частіше стають об'єктом вивчення лінгвістів. Слова, які здаються об'єктивними на поверхні, можуть проявляти особисті характеристики автора або викликати емоції у читачів [47].

Поняття коннотації виникло у схоластичній логіці й увійшло в мовознавство в XVII столітті через граматику Пор-Рояля. В лінгвістиці з кінця XIX століття терміном "конотація" стали позначати всі емоційно забарвлені елементи змісту висловлень, що відносяться до прагматичного аспекту мовлення. Проте, не дивлячись на тривалу історію використання цього терміну його визначення в лінгвістиці досі неоднозначне [47]. Термін трактується на підставі різних аспектів і при цьому має безліч синонімів.

Узагальнюючи уявлення про конотації у різних авторів, В. Н. Телія виділяє декілька напрямків у вивченні проблеми конотації: семіотичний, психолінгвістичний, і власне лінгвістичний, який охоплює стилістичний, лексикологічний та країнознавчий напрямки [49].

Семіотичний напрямок розглядає конотацію як зміст, для якого денотативна семантика слугує виразом, і який можна окремо виділити шляхом "віднімання" з тексту денотата.

Психолінгвістичний напрямок вивчення конотації пов'язаний з поняттям асоціативної та емоційної організації мови. В цьому напрямку конотація розглядається у зв'язку з особливостями сприйняття мови.

При стилістичному підході конотацією називають додаткові елементи значення слова певного типу – експресивні, стилістичні, оцінні. У літературі зустрічаються також терміни "емоційні нашарування", "експресивне забарвлення", "експресивно-стилістичне забарвлення" [49]. Д. Н. Шмельов визначає експресивно-стилістичне забарвлення як інформацію, яка містить в собі якусь вказівку на ставлення мовця до явищ, які позначаються цим словом, сигналізує про те, в яких умовах відбувається спілкування, що характеризує мовця з різних боків [57, с. 249].

На думку К. М. Сторожевої, зі стилістичним розумінням конотації пов'язане прагматичне, при якому мається на увазі, що в конотації фіксується ставлення мовця або адресата до того, про що йде мова [47]. Так, І.А. Стернін пише про "конотативний семантичний компонент" і вважає, що він "виражає відношення мовця до предмету в формі емоції і оцінки" [46, с. 45].

Поряд з понятійним ядром у значенні слова існує також "прагматичний зміст" – додаткові суб'єктивні знання щодо того, що названо словом. Прагматичний зміст включає в себе два елементи: оцінні значення і культурні асоціації [46].

Лексикологічний напрямок вивчає способи і види створення таких додаткових значень мовного вираження, які надають їм експресивності. Описуються різні джерела формування такої експресивності – морфологічні, семантичні та ін. Конотація – корисний інструмент для опису механізму утворення нових переносних значень слова [46].

При країнознавчому або культурологічному підході конотація розглядається як семантична частка значення, яка доповнює відомості про об'єктивно існуючі реалії відомостями про її національну специфіку. Так, Ю.Д. Апресян вважає, що конотація відбиває пов'язані зі словом культурні уявлення і традиції", але для цього він використовує термін "семантична асоціація" [3, с. 67].

Подібної думки дотримуються й Є. М. Верещагін та В. Г. Костомаров, які пов'язують конотацію з поняттям "додаткової інформації", співвідносять її з національно-культурною специфікою слова [3].

Американська дослідниця С. Фенг [72], яка займається вивченням конотації із застосуванням комп'ютерної лінгвістики, виділяє три види емоційно-оцінної конотації – позитивну, негативну й нейтральну. Саме цією класифікацією послуговується дослідниця конотації у перекладі Марін Карпюа [64].

Проблема конотації у перекладі ставить перед дослідниками складне питання - чи можливо вивчати конотацію у крослінгвістичному аспекті? Оскільки конотація - це більш тонка форма значення, яка тісно пов'язана з культурними та емоційними асоціаціями, досі достеменно не вивчено, наскільки можливо повністю зберегти її у процесі перекладу. З одного боку, від правильного перекладу в першу чергу очікується збереження прямого семантичного значення, закладеного в тексті оригіналу. З іншого боку, міжмовні структурні розбіжності можуть спричинити як частина процесу перекладу на перший погляд незначні, але неунікні зміни у значенні [47].

Таким чином, існує багато підходів до визначення конотації, поняття конотації є нечітким і розпливчастим, термін цей трактується неоднозначно, має безліч синонімів. Дослідниками розглядаються стилістичні, емоційні, культурні, прагматичні, асоціативні та інші аспекти конотації. Оскільки одним із основних завдань політкоректності є прагнення позбутися упереджень у мовленні, у цьому дослідженні ми зосередимося на стилістичному й

прагматичному підході до вивчення конотації, а саме на оцінно-експресивному елементі значення лексичних одиниць.

3.2. Переклад маркерів на пом'якшення дискримінації

Маркери політкоректності, які викривають різного виду прояви дискримінації на основі *расових, культурних, релігійних, статевих та інших ознак*, зустрічалися в досліджуваних медіа текстах найчастіше (136 проаналізованих одиниць, 50%). Більшість одиниць цього типу в українському медіа середовищі перекладено за допомогою *калькування* (47 од., 35%) й *транскодування*, (транскрипції, транслітерації, та/або адаптивного транскодування) (38 од., 28%).

Розглянемо маркери політкоректності, які пом'якшують прояви дискримінації на основі *расової ознаки*. Оскільки Франція – багатоетнічна країна, а питання етнічних меншин завжди актуальне в національному медіа просторі, виникла потреба у створенні переліку лексичних одиниць, які б запобігали проявам дискримінації та сприяли рівноправ'ю всіх етнічних груп, що перебувають на території держави. Репрезентація національних та етнічних меншин у медіа текстах французьких видань реалізовується за допомогою ряду таких політкоректних одиниць на позначення деяких етнічностей [119]: *blancs* (білі), *méditerranéens* (представники середземноморської раси), *roms* (роми), *moyen-orientals* (представники середньосхідної раси), *nord-africain-maghrébins* (північні африканці), *asiatique-eurasiens* (азіати), *amérindiens* (корінні американці), *indiens* (індійці), *métis-mulâtres* (метиси), *noirs* (темношкірі), *polynésiens* (полінезійці), *mélanésiens* (меланезійці) тощо.

В рамках першої групи політкоректних маркерів ідеологемами на позначення *негативних* явищ, з якими покликана боротися політкоректність, тут слугують терміни *la stigmatisation* (стигматизація), *la discrimination* (дискримінація), *le ralisme* (расизм), *l'antisemitisme* (антисемітизм), *la xénophobie* (ксенофобія), *l'islamophobie* (ісламофобія), які є

інтернаціоналізмами, а тому їх перекладають за допомогою *транскодування*. Ідеологеми, що позначають *позитивні* явища та відображаються інтернаціоналізмами, також перекладаються за допомогою *транскодування*: *la tolérance* (толерантність), *l'inclusion* (інклюзивність), *le multiculturalisme* (мультикультуралізм). Таким чином, за допомогою цього перекладацького прийому, відбувається асиміляція інтернаціоналізмів в українську мову. Транскодування в окремих випадках супроводжується описовим перекладом в дужках: *сексизм* (дискримінація за статевою ознакою), *лукізм* (дискримінація за зовнішністю), *ейджизм* (дискримінація за віком) тощо. Варто зазначити, що ці одиниці так само асимілювалися у французьку мову з англійської шляхом *транскрипції*.

Тенденцію до вживання ідеологем першої групи можна прослідкувати на прикладі статей газети "Libération". Зокрема, однією з головних тем на шпальтах світових і французьких видань навесні 2015 року став корупційний скандал у Міжнародній федерації футболу (ФІФА). Розглянемо медійний портрет колишнього очільника ФІФА Зеппа Блаттера [116], відображений у сенсаційних статтях про події, що сколихнули спортивний світ, та варіант перекладу, запропонований веб-порталом "Українська правда" [103]:

Le patron d'une institution minée par une corruption endémique est sexiste, homophobe, nie le racisme dans le foot et l'esclavagisme au Qata".

Шеф цієї пронизаної корупцією інституції – сексист і гомофоб, він заплющує очі на расизм у футболі і на рабську працю на будівництві стадіонів у Катарі.

Вищенаведені уривки демонструють, що негативні явища, які, з точки зору політкоректності, необхідно подолати, та які зазвичай мають закінчення – *isme* та –*phobie*, є інтернаціоналізмами, тому їх перекладено за допомогою *транскрипції*. Виключенням тут став термін *esclavagisme*, який не є

інтернаціоналізмом і в цьому випадку описує реалії Катару, які можуть бути невідомі українському реципієнту, тому перекладач тут доцільно застосував *компенсацію* (рабська праця на будівництві стадіонів у Катарі).

Однією з найгостріших проблем етнічних меншин, які проживають у Франції, постає питання ромів, і українські медіа ресурси найчастіше приділяють увагу перекладу матеріалів саме про цю етногрупу. Пояснити вибір тематики можна тим, що ця проблема актуальна і в Україні, і таким чином українські видання проводять паралелі з ситуацією у Франції.

Ми дослідили низку медіа текстів видання *L'Express* [112], які висвітлюють проблему *соціальної інтеграції* (*l'integration sociale*) ромів у французьке суспільство, та переклади цих медіа текстів, запропонованих українським медіа ресурсом "Радіо Свобода". Поняття *l'integration sociale* (соціальна інтеграція) та *la liberté de circulation* (свобода пересувань) в низці медіа текстів цієї тематики є ключовими. Автори матеріалів об ґрунтують гостру необхідність вирішення цієї *болючої теми* (*sujet sensible*) шляхом *конструктивної, прагматичної та антидискримінаційної політики* (*des politiques constructives, pragmatiques et non-discriminantes*) та *міжкультурного підходу* (*une approche inter-culturelle*), що було виражено у перекладі за допомогою прийому *калькування*. Йдеться також про введення *соціальної допомоги* (*l'aide au retour humanitaire, l'aide au retour volontaire (ARV)*) – французькі реалії, для передачі яких використав знайоме українській аудиторії поняття, таким чином застосувавши *компенсацію*.

Семантичний ряд політкоректних одиниць на позначення спільноти ромів надзвичайно багатий: *les gens du voyage* (мандрівні групи), *la communauté du voyage* (мандрівна спільнота), *les personnes en situation irrégulière* (соціальна група в в хиткому становищі), *les immigrés* (імігранти), *les roms* (роми), *les ressortissants européens* (вихідці зі східної Європи), *citoyens d'ethnie rom* (громадяни ромської національності), *une minorité vulnérable* (незахищена національна меншина), *une petite minorité* (нечисленна меншина), *une minorité*

désavantagée (неблагополучна меншина), *les victimes de discrimination* (жертви дискримінації). Варто зазначити, що окрім застосування додавання, ампліфікації та калькування, які вдало передають нейтральну конотацію політкоректних одиниць, зустрічалися поодинокі випадки *емфатизації* (*les roms* – цигани, *des campements en situation irrégulière* – незаконні табори, *le démantèlement des hébergements* – знесення незаконних поселень), в результаті якої переклад набуває негативної конотації, тоді як в оригіналі вона була нейтральною.

У світлі певних переломних подій, які вразили Францію, Україну й увесь світ, однією з основних медійних тем осені 2017 року стала тема *дискримінації проти жінок*. На сторінках видань все частіше зустрічалися ідеологи, пов'язані з дискримінацією *за статевою ознакою*. Дослідження показало, що одиниці такого типу найчастіше перекладаються за допомогою *транскодування* (транскрипції або транслітерації, *наприклад sexism* (сексизм), *feminisme* (фемінізм), та *модуляції* (логічного розвитку), яка передбачає заміну словникового відповідника контекстуальним, логічно пов'язаним з ним, шляхом розвитку семантики вихідного слова – *égalité hommes-femmes, égalité des sexes* (гендерна рівність).

Зокрема, справжньою сенсацією стало викриття відомого продюсера Гарві Вайнштейна, на рахунку в якого безліч оscarоносних картин, всесвітнє визнання та мільйонні статки. Десятки жінок, зокрема голівудських акторок, які грали у фільмах Вайнштейна, звинуватили його у домаганнях, які тривали протягом багатьох років на піку його кінокар'єри. Після цих подій ім'я Гарві Вайнштейна піддано загальному осуду, його виключили з голівудської кіноспільноти, влада Франції розпочала процедуру позбавлення продюсера ордена Почесного легіону, а світові ЗМІ почали невпинно висвітлювати все більше випадків сексуальних домагань, які раніше замовчувалися. Українські ЗМІ, які раніше не вирізнялися особливою увагою до проблем гендерної

нерівності, тим паче на світовому рівні, за допомогою перекладу знайомлять українського читача з цим явищем.

Яскравим прикладом слугують статті газети *Le Monde*, перекладеної для сайту *TCH* в середині жовтня 2017 року. Цей медіа текст розповідає про флешмоб в соціальній мережі "Твіттер", який дозволив багатьом жінкам позбутися страху та розповісти про своїх кривдників за прикладом жертв Вайнштейна. Новий термін *l'affaire Weinstein*, який став заголовком цілої низки статей, що публікуються на сайті "Le Monde" чи не щодня, та використовується багатьма французькими виданнями для висвітлення цієї події, в українському медіа просторі не прижився. Натомість українські перекладачі тут застосовують *експлікацію* (описовий переклад, який використано для перекладу з причини відсутності еквівалента в цільовій мові) що ви з елементами *емфатизації*, та перекладають *L'affaire Weinstein* як "заокеанського скандалу з Вайнштейном, "скандал, пов'язаний зі звинуваченнями у зґвалтуваннях і домаганнях американського продюсера Гарві Вайнштейна", "секс-скандал з Вайнштейном". Причиною цьому міг стати той факт, що ім'я Гарві Вайнштейна не настільки відоме в Україні, як на Заході, і те, що ситуація не набула достатнього розголосу в нашій країні. На цьому прикладі бачимо, що в результаті перекладу застосовується чимала кількість експресивних засобів та уточнень, які, на відміну від оригіналу, не позбавлені негативної конотації. Таким чином, у цьому випадку також можна говорити про *емфатизацію*, яка характеризується підсиленням емоційно-оцінної інформації повідомлення, та *конкретизацію*, в основі якої лежить заміна родового поняття видовим, внаслідок якого слово ширшої семантики в оригіналі замінюється словом більш вузької семантики, залучення яких в поєднанні з вищенаведеним засобом *експлікації*, повністю нехтує початковим наміром автора. На нашу думку, застосування цих перекладацьких трансформацій не дозволяє зберегти нейтральну й політкоректну конотацію оригіналу. До того ж, описовий переклад знищує лаконічність терміну, а в сучасному світі саме вона часто

сприяє поширенню новин такого типу, наприклад, за допомогою *слів-хештегів*, які полегшують пошук інформації в Інтернеті. Повертаючись до теми медіа тексту, зазначимо, що вона стосувалася флешмобу під назвою *#Balancetonporc* (хештег, який проходить повз усі повідомлення, які беруть участь в онлайн-флешмобі). Перекладач тут застосував прийом *адаптації*, переклав цей хештег висловом "здай свиню", та не зберіг у статті оригінальний хештег, який міг би допомогти зацікавленому читачеві відслідковувати цей флешмоб або навіть приєднатися до нього. Це спричиняє додаткову втрату головного змістом оригіналу й основної ідеї флешмобу, яка у цьому випадку є соціально важливою та якою не можна нехтувати. Відтак, можна стверджувати, що медіа тексти новинних порталів під час перекладу, ймовірно, через брак часу та необхідність випустити матеріал якомога швидше, часто не можуть слугувати зразками адекватного перекладу саме політкоректних *неологізмів*, термінів, які щойно зародилися і ще не знайшли поширення в медіа просторі. Оскільки такі терміни часто є інтернаціональними, стосуються міжнародних подій та мають бути впізнаваними з першого погляду, доцільно було б замінити прийом експлікації та адаптації способами *транскодування* та *калькування* з експлікацією у вигляді оригінального хештегу.

Питання дискримінації жінок у суспільстві тісно переплітається з питанням *дискримінації сексуальних меншин*. Надзвичайно поширеними прийомами перекладу ідеологем, які описують це явище, є *транскодування* (*homophobie* – гомофобія, *homophobe* – гомофоб) й *калькування* (*harcèlement homophobe* – гомофобне залякування, *société inclusive* – інклюзивне суспільство, *mariage pour tous* – шлюб для всіх). Застосування транскодування та калькування якнайкраще підходить для ідеологеми, адже такий тип перекладу сприяє введенню нових лексем в словниковий склад мови, забезпечує повну передачу нейтральних стилістичних і конотативних значень політкоректних виразів, та сприяє проникненню в мову інтернаціоналізмів, які полегшують міжкультурне спілкування, що також є однією з цілей політкоректної мови.

Як відомо, 28 травня 2013 року у Франції були узаконені одностатеві шлюби, але навіть за декілька років після цієї події уряд не зміг забезпечити такі союзи усіма правами, якими користуються гетеросексуальні пари. Політика новообраного президента Еммануеля Макрона націлена на зміну цієї ситуації, і його кроки в цьому напрямку активно висвітлюються в французькій пресі. Їх також перекладають українською мовою, що дає нам змогу проаналізувати засоби переладку політкоректної лексики, що викриває дискримінацію сексуальних меншин та зокрема жінок, які до них належать. Так, літо 2017 року ознаменувало публікацію у виданні RFI низки репортажів про розширення права громадян на користування певними методиками запліднення, які використовуються при безплідді. Наразі таке право поширюється тільки на гетеросексуальні пари, і ним не можуть користуватися одностатеві пари та самотні жінки. Однак, оскільки в ході своєї передвиборчої кампанії Еммануель Макрон виступав за введення такого права для всіх, сьогодні ситуація перебуває на стадії змін, про що йдеться в досліджених нами статтях видання ZIK.

Головними термінами, присутніми в медіа текстах цієї тематики, є аббревіатури *la PMA* та *LGBT*. Термін *LGBT* (*lesbiennes, gays, bis et trans*) є однією з ключових політкоректних ідеологем цього типу, яка закріпилася у багатьох мовах світу і переклад якої (ЛГБТ) у цьому випадку є черговим прикладом транскодування, а саме транслітерації. Що стосується терміну *la PMA* (*procréation médicalement assistée*), в одних випадках перекладач залишив офіційний відповідник терміну – (ДРТ) *Допоміжна репродуктивна технологія*, а в інших – замінив його на вужчий термін *ЕКЗ* (*екстракорпоральне запліднення*), і відтак застосував *конкретизацію*, ймовірно, з метою уникнення повторів. На нашу думку, доречнішим у цьому випадку є перший варіант, аже *ДРТ* – поняття набагато ширше, це система з декількох методик, до яких входить ЕКЗ. До того ж, *la PMA pour toutes* – це один з ідеалів інклюзивного суспільства й водночас впізнавана ідеологема, яка має нейтральне забарвлення,

на відміну від терміну екстракорпоральне запліднення. Це поняття більше не розшифровується у французьких текстах, оскільки поставлена проблема надзвичайно актуальна та знайома більшості населення Франції. Таким чином, у цьому випадку застосування конкретизації порушило основну функцію маркера політкоректності.

3.3. Переклад маркерів вияву тактовності щодо особливостей здоров'я людини

До цієї тематичної групи (60 проаналізованих одиниць, 22%) належать політкоректні маркери, які позначають *страшні і неприємні явища дійсності*, пов'язані з фізіологією людини, такі як *смерть, хвороба, природні потреби, фізичні вади, розумові та психічні розлади*. Як показує дослідження, для їх перекладу найчастіше застосовують калькування (19 од., 32%) і модуляцію, або логічний розвиток (11 од., 18%).

Поставивши на меті дослідження маркерів політкоректності другої групи, насамперед важливо визначити ідеологеми, які закладають її основу та позначають головні цінності, до реалізації яких прагне носій мови політкоректності. Ключовою ідеологемою цієї групи, яка узагальнює собою всі інші, є термін *інклюзивність* та його похідні. Необхідно зазначити, що зразки перекладу, взяті з українських медіа текстів демонструють, що цей інтернаціоналізм, який ще декілька років тому не був поширений в національному медіа просторі, зараз, за допомогою ЗМІ, повністю інтегрувався в українську мову за допомогою прийому *адаптивного транскодування*, яке передбачає запис засобами національного алфавіту іншомовних термінів з адаптацією форми до фонетичної та/або граматичної структури мови перекладу. Для прикладу, такими є поняття *un enseignement inclusif* (інклюзивне освітнє середовище), *une éducation inclusive* (інклюзивна освіта), *écoles inclusives* (інклюзивні школи), *un environnement inclusif* (інклюзивне

середовище), *une société inclusive* (інклюзивне суспільство), *des groupes inclusifs* (інклюзивні групи). Жваве поширення цього терміну в україномовній медіа сфері підкреслює точку зору, яку проголошують статті на запропоновану тематику: *"XXI siècle est considéré comme une époque de tolérance et d'égalité"* (XXI століття це – епоха толерантності й рівноправ'я).

Поняття інклюзивності в першу чергу стосується пристосування навколишнього середовища до потреб усіх людей *без виключення*. Ця практика вже давно й успішно реалізується в Європі і тільки прокладає свій шлях в Україні. Досліджуючи медіа тексти, що висвітлюють становлення інклюзивного суспільства, було визначено семантичний ряд на позначення груп осіб, яким необхідна така інтеграція, одиниці якого переважно перекладають за допомогою *модуляції*: *personne à mobilité réduite* (людина з обмеженими можливостями), *personne ayant une déficience intellectuelle* (людина з обмеженими розумовими можливостями), *personnes ayant une déficience visuelle* (люди з вадами зору), *personnes ayant une déficience auditive* (люди з вадами слуху), *les personnes ayant des besoins d'enseignement particuliers* (особи з особливими освітніми потребами) *тощо*. Йдеться про людей, які мають проблеми зі здоров'ям, і які потребують особливого обладнання для того, щоб інтегруватися в суспільство, незважаючи на їхню проблему, тобто про людей з особливими потребами (*les personnes ayant des besoins spéciaux*). Незважаючи на те, що такі люди, безсумнівно, також піддаються дискримінації, політкоректні маркери на їх позначення справедливо виділити в окрему групу, оскільки від усіх інших груп їх відрізняють певні фізичні вади, які й стають причиною несправедливого ставлення до них з боку суспільства та перепорою на шляху до соціальної інтеграції.

Окрім інтеграції людей з обмеженими можливостями, гострою соціальною проблемою постають складні та невиліковні захворювання та боротьба з ними. До вірусів та хвороб, які найчастіше перебували у центрі уваги французьких ЗМІ за останні 10 років належать *le HIV et le SIDA* (*БІЛ та*

СНІД), *les MST (les maladies sexuellement transmissibles* – хвороби, які передаються статевим шляхом), *une tumeur maligne, une longue maladie (онкологічні захворювання) вірус типу А (H1N1), le virus А (H1N1) (вірус типу А (H5N1)*. У французькому, так і в українському медіа середовищі для позначення таких хвороб часто вживають офіційні аббревіатури та наукові терміни, ймовірно, для того, щоб запобігти паніці в суспільстві, адже медіа тексти мають сильний прагматичний ефект на аудиторію. Наприклад, не дивлячись на те що ЗМІ інколи вдаються до використання розмовної лексики, під час епідемії вірусу типу А (H5N1), яка вирувала в 2009 році, вони уникали вживання розмовної назви "*свинячий грип*" (*la grippe porcine*), та послуговувалися медичною термінологією.

Повертаючись до класу ідеологем, багато з них зустрічається в медіа текстах, присвячених *Всесвітньому дню боротьби зі СНІДом (La Journée mondiale de lutte contre le sida)*. 1 грудня кожного року про цю подію пишуть всі без виключення ЗМІ, і таке повсюдне висвітлення ховає за собою декілька причин. По-перше, проблема поширення ВІЛ/СНІДу набула глобального значення й була проголошена чумою ХХІ століття. За останніми даними BFM TV [53], у Франції налічується 150 тисяч ВІЛ-позитивних людей, 25 тисяч не знають про свою інфікованість. В Україні ж з 1987 року зареєстровано близько 300 000 інфікованих, з яких біля 44 тисяч загинули. По-друге, вважається, що Всесвітній день боротьби зі СНІДом – це нагода нагадати суспільству, що така проблема існує, та заохотити населення до регулярного обстеження.

Досліджуючи французькі медіа тексти на обрану тематику та їх переклади, ми виявили ряд маркерів на позначення людей, у яких виявили цю хворобу: *les personnes seropositives (ВІЛ-інфіковані), les personnes affectées par le sida (особи, які страждають від СНІДу), les personnes qui ont le VIH (особи з ВІЛ), les personnes contaminées (інфіковані особи), les dépistées avec le virus (ти, в кого діагностували ВІЛ), vivant avec le VIH (ти, хто живе з ВІЛ)* [53][63].

1 грудня 2017 року в ЗМІ активно обговорювалося те, що президент Франції Еммануель Макрон пройшов тест на ВІЛ, показавши приклад усієї країні. Пропонуємо розглянути уривок з матеріалу Інтернет-видання BFM TV, а саме промову Президента, та переклад, запропонований виданням *Радіо Свобода* [101]:

Nous n'avons pas gagné la bataille contre le sida: il faut donc se protéger, se faire dépister, se traiter et accepter, dans la société, ceux qui ont le VIH. Toutes celles et ceux qui ont un doute, un comportement sexuel à risques, un doute sur leur partenaire, doivent se faire dépister. C'est essentiel".

Ми ще не виграли боротьбу зі СНІДом: ми повинні захищати себе, проводити тестування, лікуватися і, звичайно, приймати в суспільстві людей з ВІЛ. Всі, хто мають підозри щодо ризиків свого статевого життя, або сумнівається в своєму партнері, повинні пройти обстеження. Це необхідність.

Вищенаведений уривок з промови Еммануеля Макрона вдало резюмує головну мету проведення заходів до Всесвітнього дня боротьби зі СНІДом, яку можна звести до однієї ідеологеми – *sensibilisation* (підвищення інформованості). В проаналізованому матеріалі було виявлено маркери політкоректності, перекладені за допомогою калькування: *la bataille contre le sida* – битва проти СНІДУ, *la lutte contre le sida* – боротьба проти СНІДУ, *accepter dans la société* – прийняття в суспільстві, *des malades en situation de précarité* – хворі в неблагополучній ситуації. Варто зауважити, що ні в оригіналі, ні в перекладі, аббревіатури ВІЛ та СНІД не розшифровуються, адже ці терміни добре відомі цільовій аудиторії та не потребують пояснення, що ще раз доводить глобальність питання

3.4. Переклад маркерів вияву тактовності щодо соціальних проблем

Цю тематичну групу (74 одиниці, 28%) складають політкоректні одиниці на пов'язані з впливом суспільства на життя людей та охоплюють такі теми як *соціальні пороки, бідність, непрестижні професії, військові дії, установи державного нагляду, звільнення, академічна неуспішність* тощо. Маркери цієї групи складають найбільшу частку проаналізованих нами евфемізмів, оскільки ці теми широко висвітлюються в медіа у зв'язку з напруженою ситуацією в світовому суспільстві. Для їх перекладу найчастіше застосовують *калькування (18 од., 38%) та модуляцію (18 од., 24%)*.

Серед одиниць цієї групи *ідеологем* політкоректності майже не виявлено. Натомість, ця група вирізняється найбільшою кількістю *власне політкоректних одиниць* та найвищим відсотком маркерів політкоректності, в результаті перекладу якого вдалося зберегти нейтральну конотацію, закладену в оригіналі.

Під час проведення дослідження було виявлено, що одиниці на пом'якшення соціальних пороків у французьких медіа текстах є найчастотнішими, що в першу чергу пов'язано з проблемами неблагополучних кварталів, нелегальних мігрантів, бідності, злочинності та безробіття.

Описуючи події злочинного світу Франції, видання *Le Figaro*, *France Info* і *France24* часто підбирають нейтральні одиниці замість маркованих. Відтак, в перекладах видання *Вголос* медіа текстів про злочини, які цього року трапилися в громадських місцях на вулицях Франції, таких як наприклад, напад на людей чоловіка з ножем та наїзд автомобілем на піцерію, застосовано такі нейтральні маркери: *une personne recherchée* (особа в розшуку), *un comportement menaçant* (загрозлива поведінка), *un homme connu pour des troubles psychiatriques* (чоловік, що мав психічні розлади), *une personne dépressive* (депресивна особа). Для позначення самого факту злочину використано одиниці *acte délibéré*

(умисна дія), *incident* (інцидент) та *affaire sensible* (чутлива справа). В деяких випадках конотація оригіналу порушується конкретизацією: *un profil psychologique instable* (депресія), *un homme menaçant* (агресивний чоловік). Один з небагатьох випадків *нейтралізації*, на які ми натрапили в ході дослідження, проявляється в перекладі виразу *faire une tentative de suicide*, дещо марковану конотацію якої було пом'якшено перекладачем за допомогою фразелогізму *накласти на себе руки*.

Що стосується евфемізації *військової термінології*, таких прикладів було виявлено відносно небагато. Переважно вона проявляється в використанні таких лексем як *crise* (криза), *événements* (події), *conflict* (конфлікт) на позначення військових дій. Більш яскравими прикладами є, зокрема, такі лексичні одиниці: *neutraliser la cible* (нейтралізувати ціль), *technique d'interrogatoire renforcée* (допит з застосуванням посиленних методів), *ressources sur le terrain* (наземні війська), *pacification* (пацифікація), *ingérance* (інтервенція).

Найбільше політкоректних маркерів було виявлено в статтях, присвячених проблемі *імміграції*. Європейська міграційна криза, викликана масовим напливом мігрантів у Європу з охоплених війнами країн Африки і Близького Сходу, спричинила низку репортажів, які активно перекладаються українською мовою. Так, газета *Le Monde* створила окрему рубрику під заголовком *"Immigration et diversité"* (іміграція та розмаїття), на репортажі якої ми опиралися, досліджуючи сегмент політкоректної картини французького суспільства, пов'язаний з міграційними питаннями.

Висвітлюючи ситуацію, що склалася з вихідцями з охоплених конфліктами країн, французькі ліберальні видання головним чином послуговуються термінами *les migrants* та *les immigrés, les personnes issus de l'immigration* (іммігранти), *les personnes issus d'un milieu migrant* (вихідці з мігрантського середовища), *les demandeurs d'asile, les requérants d'asile* (особи в пошуках притулку), *sans-papiers* (населення без реєстрації), *population en*

très grande précarité (населення в хиткому становищі), рідше *les réfugiés*. В перекладах медіа ресурсів TCH, ZN.UA та Громадське телебачення ми виявили перекладені за допомогою *транскодування* маркери *мігранти*, *іммігранти*, та експресивно марковані одиниці *біженці* та навіть *нелегали*. Останні два варіанти – результат застосування *емфатизації*, що вкотре доводить недоречність цієї перекладацької трансформації в процесі перекладу соціально важливих текстів. У випадку з мігрантами, особливо посиляючись на таке ліворадикальне джерело як *Le Monde*, важливо зберегти прагматичну установку оригіналу, адже в аудиторії, яка сприйматиме іншомовні реалії мовою перекладу, може скластися хибне враження про ситуацію та про автора повідомлення.

Приміром, значну частину рубрики *Immigration et diversité* складає хроніка подій в місті Кале. Кале – це епіцентр конфліктів на підґрунті міграції, найближчий до Великобританії населений пункт на материку, де знаходиться термінал підземного Євротунелю, що зв'язує Францію і Британію, яка раніше обіцяла до кінця року побудувати стіну біля табору мігрантів. У поселенні проживають від семи до десяти тисяч мігрантів, більшість з яких прагнуть потрапити у Великобританію і чекають, коли їм трапиться шанс перетнути Ла-Манш. Восени 2016 році колишній президент Франсуа Олланд наказав знести поселення, що викликало суперечливу реакцію у французької та світової спільноти. Поселення мігрантів в Кале французи позначають за допомогою реалії *la jungle*, яку українські перекладачі зуміли перекласти за допомогою еквівалента *джунгли*, що вдало передало місцевий колорит та ті самі конотації емоційного, смислового та стилістичного характеру. Однак, і тут не обійшлося без *емфатизації* – в матеріалі української філії видання DW вона супроводжується *адаптацією*, і в результаті ми отримуємо експресивно забарвлений вираз *мігрантські нетрі*.

Опис проблеми *бідності* у французьких ЗМІ реалізується через політкоректні одиниці на позначення неблагополучних районів. Деякі з них є

усталеними адміністративними термінами, якими користуються місцеві органи влади: *quartiers en difficulté* – неблагополучні квартали, *milieux défavorisés* – фінансово неблагополучне середовище, *quartier sensible* – вразливі квартали, ZEP (*zones d'éducation prioritaires*) – зони пріоритетної освіти, ZUS (*zone urbaine sensible*) – вразливі зони міста, ZRU (*zones de redynamisation urbaine*) – міські зони, що потребують реформ, ZFU (*Zone Franche Urbaine*) – вразливі міські зони, *quartiers prioritaires* – пріоритетні квартали. Серед маркерів на позначення осіб в неблагополучному фінансовому становищі було виявлено такі: *une personne démunie* – людина з обмеженими фінансовими ресурсами, *une personne en situation précaire* – людина в скрутному фінансовому становищі, *chercheur d'emploi*, *demandeur d'emploi* – непрацевлаштований. Як показало дослідження, більшість цих понять перекладають за допомогою модуляції. Наприклад, якщо дослівно тлумачити адміністративний термін *chercheur d'emploi*, це особа, яка шукає роботу, а отже, в цей момент вона не має місця працевлаштування, тобто є непрацевлаштованою. Таким чином, перекладач використав прийом модуляції, або смислового розвитку, замінивши прямий відповідник контекстуальним відповідником, логічно пов'язаним з ним.

Деякі французькі реалії, які також є адміністративними термінами, наприклад, *l'aide au retour volontaire (ARV)*, *l'aide au retour humanitaire*, *une mesure d'encouragement*, було доцільно передано українською мовою застосуванням прийому компенсації як найоптимальнішого засобу відтворення безеквівалентної лексики та для заміни стилістичної характеристики лексичних елементів мови оригіналу відповідно до норм мови перекладу.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Широке вживання терміна "політкоректність" і політкоректних одиниць у французьких ЗМІ та розповсюдження ідей політкоректності в різних країнах призвели до необхідності їх перекладу. З часом склався великий термінологічний апарат, який описує коректну і некоректну поведінку в суспільстві і містить терміни, що описують різні види дискримінації в суспільстві і способи боротьби з нею. Також з'явилася велика кількість політкоректних одиниць, покликаних висловити повагу до тих чи інших меншин за допомогою мовних засобів. Однак, часто політкоректні одиниці є іншомовними реаліями, і тому під час їх перекладу виникають певні труднощі. Оскільки однією з основних рис політкоректних одиниць є їх нейтральний стилістичний компонент, головне завдання перекладача полягає в збереженні нейтральності й уникненні вживання емоційно-оцінної лексики.

У ході дослідження ми проаналізували статті провідних французьких видань та виявили 270 політкоректних одиниць. Було встановлено, що 136 віднайдених політкоректних одиниць (50%) належали до першої тематичної групи евмефізмів, пов'язаних з різними проявами дискримінації. До другої групи, що охоплює маркери вияву тактовності щодо неприємних явищ в житті й здоров'ї людини, увійшло 60 одиниць (22%). До третьої групи, яка пов'язана з впливом суспільства на людину, увійшло 74 політкоректні одиниці (28%). Дослідження показало, що найпоширенішими прийомами перекладу політкоректної лексики в медіа текстах є калькування (31%), транскодування (16%) та модуляція (15%). Саме ці типи перекладацьких трансформацій дозволяють якнайповніше передати сенс та інтенцію оригіналу і зробити іншомовні політкоректні одиниці, включаючи реалії, зрозумілими українському читачеві.

ВИСНОВКИ

Здійснене у роботі дослідження теоретичних питань понять *медіа текст* та *політична коректність*, мовної специфіки політичної коректності, лексичних засобів вираження цього стилю поведінки, а також зіставлення сегментів висловлень, маркованих комунікативною стратегією політичної коректності французькою й українською мовами дає змогу зробити такі висновки:

1. Явище політкоректності зачіпає багато сфер життя і, безсумнівно, є важливою цінністю сучасної культури. Цю думку підтверджують факти історії виникнення цього поняття, а також визначення самого терміна "політкоректність". Феномен політкоректності трактують по-різному: як особливу ідеологію, мовний рух, культурну та мовну категорію, мовну толерантність тощо. В рамках культурологічного та лінгвістичного підходів політкоректність розглядається не тільки як елемент політичної культури, а й як багатоаспектний мовний і лінгвокультурний феномен. Відтак, серед учених немає одностайної думки стосовно цього явища, але спільним є те, що політична коректність – це елемент загальноприйнятих норм поведінки й культури в суспільстві. Політкоректність характеризується перш за все схильністю до компромісу й уникнення конфліктів, поширенням ідей мультикультуралізму, неприпустимістю зневажливого ставлення до культурних цінностей різних рас і народів, та прагненням рівноправного їхнього співіснування.

2. Гостра тематика медіа текстів, у якій простежується використання маркерів політкоректності, зобов'язує журналістів бути особливо уважними до таких чинників як достовірність фактів, відсутність оцінних суджень, нейтральна конотація, відсутність маніпуляції, незалежність і свобода думки. У результаті аналізу провідних ЗМІ України і Франції наявність політкоректної лексики, у французьких медійних текстах ми не виявили некоректних одиниць, тоді як в українських знаходимо їх у великій кількості. Така різниця

пов'язана з тим, що український медіа простір, на відміну від французького, перебуває на стадії становлення. У той час як у Франції відбувається медіатизація політики й політизація ЗМІ, а французькі видання віддають перевагу чи то лівій, чи то правій ідеології, що, як було встановлено, не впливає на використання політкоректних маркерів, основною рисою українських ЗМІ є приналежність до тих чи інших медіа-холдингів і залежність від редакційної політики власника й адаптування до потреб аудиторії, що впливає на мову, яку застосовують журналісти у своїх сюжетах.

3. Пріоритетними темами медійних текстів, у яких можна виявити мову політкоректності є: соціальне благополуччя громадян; міжкультурні, міжнаціональні, міжрелігійні та міжетнічні стосунки, а також відносини між соціальними групами та меншинами; питання економіки та військової політики держави. Виявлена тематика проблемних ситуацій, що виникають у французькому суспільстві, лягла в основу запропонованої нами класифікації медійного словника політкоректності: 1) маркери на пом'якшення дискримінації, 2) маркери вияву тактовності щодо неприємних явищ в житті й здоров'ї людини; 3) маркери на позначення впливу суспільства на життя людей. Так, політкоректні одиниці, пов'язані з різного роду дискримінацією (за етнічною, релігійною, статевою ознакою тощо), становлять найчисельнішу групу виявлених маркерів політичної коректності (136 од., 50%). Друга найбільш популярна тематика пов'язана з впливом суспільства на життя людини (74 од., 28%). На тлі серйозних геополітичних проблем, військових конфліктів, негативних соціальних явищ та питання економічного добробуту та благополуччя громадян постає нагальна необхідність висвітлювати ці важливі теми в ЗМІ. Третьою за чисельністю (60 од., 22%) стала група політкоректних одиниць, пов'язаних зі здоров'ям нації та розвитком суспільства, питаннями інклюзивності, соціальної інтеграції та гуманного ставлення до людей з обмеженими фізичними можливостями.

3. Політкореткне маркування політичної коректності у мові французьких медіа виявляється на лексичному рівні ідеологемами політичної коректності та в евфемістичній заміні слів та виразів, які певним чином зачіпають почуття та гідність людини.

4. Відтворення французької політкоректної термінології повинно базуватися на принципі дотримання головного комунікативного завдання політично коректних одиниць – уникнення конфліктних ситуацій і можливих образ та збереження нейтральної конотації у процесі перекладу.

5. Для передачі політкоректної лексики, виявленої в аналізованих текстах провідних французьких видань, українською мовою застосовують низку лексичних і лексико-семантичних перекладацьких трансформацій, часто комплексного характеру, а саме: калькування, транскодування, модуляція (логічний розвиток), конкретизація, компенсація, експлікація, еквівалент, додавання, нейтралізація, емпатизація.

6. З точки зору відповідності між текстами-оригіналами і перекладами в проаналізованих сегментах встановлено, що найпоширенішими та найефективнішими засобами передачі семантики політкоректності, є *калькування, транскодування та модуляція (логічний розвиток)*.

Оскільки велика частина маркерів політкоректності представлені інтернаціоналізмами, а ідеологія політкоректності в цілому націлена на покращення комунікації між різними соціальними групами, збереження політкоректних інтернаціоналізмів у процесі перекладу вбачається важливим та необхідним для встановлення зв'язків на міжкультурному та міжнародному рівні. Саме з цієї причини такі перекладацькі трансформації як *калькування й транскодування*, що сприяють введенню та асиміляції неологізмів у мову, є одними з найпоширеніших і найефективніших прийомів перекладу маркерів політкоректності, а зокрема ідеологем, що становлять основу цього стилю поведінки.

Застосування такого засобу як *модуляція* передбачає заміну словникового відповідника контекстуальним, логічно пов'язаним з ним, шляхом розвитку семантики вихідного слова. Логічний розвиток реалізовано конкретними причинно-наслідковими зв'язками, які не порушують передачі нейтральної конотації. Семантичний зсув дозволяє краще адаптувати повідомлення до граматичної структури мови перекладу та зробити медіа текст більш зрозумілим для масової аудиторії. Відтак, застосування прийому модуляції для перекладу політкоректних одиниць в багатьох випадках є цілком доцільним і закономірним.

Оскільки головною метою перекладу політкоректних одиниць є збереження нейтральної конотації, встановленої в оригіналі, прийом *емфатизації*, що визначається заміною стилістично нейтральних лексичних одиниць на емоційно забарвлені, та прийом *нейтралізації*, що має обернену дію, хоч і є поширеними засобами перекладу в медійних текстах, здебільшого не виконують головного прагматичного завдання політкоректних одиниць оригіналу.

Таким чином, роль перекладача медіа контенту є соціально надважливою: необхідно дотримуватися принципів висвітлення розмаїття й інклюзивності й водночас не спотворити зміст висловлення, звертати увагу на особливості вживання політкоректних одиниць, а також бути обізнаним щодо політичних, культурних та соціальних проблем, які висвітлюють медіа тексти вихідної та цільової мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аврорин В. А. Проблемы изучения функциональной стороны языка (к вопросу о предмете социолингвистики) / В. А. Аврорин. – Ленинград: Наука, 1975. – 276 с.
2. Андрейців І. Словничок освіченого українця. Як можна і не можна говорити про людей [Електронний ресурс] / Ірина Андрейців // Українська правда. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://life.pravda.com.ua/society/2018/01/23/228588/>.
3. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика / Ю. Д. Апресян // Избр. труды. / Ю. Д. Апресян. – Москва, 116. Верещагин Е. М. Лингвострановедческая теория слова / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – Москва, 1980.
4. Бокова О. В. Скандальная сенсация и способ ее отражения в медийном тексте / О. В. Бокова // Вестник Воронежского государственного университета – Воронеж, 2010. – С. 116–119. Бокова О. В. Скандальная сенсация и способ ее отражения в медийном тексте / О. В. Бокова // Вестник Воронежского государственного университета – Воронеж, 2010. – С. 116–119.
5. Бондаренко О. Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи / О. Бондаренко, М. Буткевич. – Київ: Проект "Без Кордонів" ГО "Центр "Соціальна Дія", 2015. – 64 с.
6. Вашурина Е. А. Политическая корректность как лингвокультурологическая и переводческая проблема / Е. А. Вашурина // Научный молодежный ежегодник / Е. А. Вашурина. – Самара, 2007. – С. 116
7. Верстюк І. Глибоко вкорінена проблема українських медіа [Електронний ресурс] / Іван Верстюк – Режим доступу до ресурсу: <http://ru.telekritika.ua/daidzhest/print/88254>.
8. Віщак Л. В. Le langage du politiquement correct dans les médias français / Людмила Валеріївна Віщак // Наука ХХІ століття: виклики, пріоритети, перспективи досліджень / Людмила Валеріївна Віщак. – Київ: НТУУ "КПІ ім. Ігоря Сікорського", 2018. – С. 34–36.

9. Віщак Л. В. Les Euphémismes Du Politiquement Correct Dans Les Médias Français / Людмила Валеріївна Віщак // and Technology of the XXI Century : the XVIII All-Ukrainian Students R&D Conference Proceeding / Людмила Валеріївна Віщак. – Київ: НТУУ "КПІ", 2017. – С. 124–125.
10. Віщак Л. В. Роль гендерної освіти у процесі загальнолюдських цінностей студента / Людмила Валеріївна Віщак // Студент як суб'єкт процесу модернізації вищої освіти ХХІ століття: візії, цінності, пріоритетні завдання / Людмила Валеріївна Віщак. – Київ: НТУУ "КПІ ім. Ігоря Сікорського", 2018. – С. 14–16.
11. Герасимова Т. Як писати про ЛГБТ – курс для журналістів / Т. Герасимова, І. Ірискіна, М. Скорик.. – 60 с.
12. Грушевская Т. М. ФРАНЦУЗСКАЯ ПРЕССА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ ЯЗЫКОВОГО ПРОСТРАНСТВА / Татьяна Михайловна Грушевская. // Научный журнал КубГАУ. – 2015. – No113. – С. 1–12.
13. Давиденко Б. Навіщо Україні погані ЗМІ [Електронний ресурс] / Борис Давиденко // VoxUkraine. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://voxukraine.org/uk/navishho-ukrayini-pogani-zmi/>.
14. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская. – Москва: Наука, 2008. – 264 с.
15. Європейська конвенція з прав людини [Електронний ресурс] // European Court of Human Rights Council of Europe – Режим доступу до ресурсу: www.echr.coe.int/Documents/Convention_UKR.pdf.
16. Журналісти "Інтера" обурені цензурою та провладною пропагандою на каналі [Електронний ресурс] // Українська правда. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/news/2014/02/21/7015529/>.

17. Засурский Я. Н. Медiateкст в контексте конвергенции / Ясен Николаевич Засурский // Вестник Московского ун-та – Москва, 2005. – С. 3–6.
18. Ионин Л. Г. Общество меньшинств: Политкорректность в современном мире / Л. Г. Ионин. – Москва: Издательский дом Государственного университета — Высшей школы экономики, 2010. – 44 с.
19. Кабачій Р. Підводні камені інформаційних маніпуляцій: як боротися [Електронний ресурс] / Роман Кабачій // Інститут масової інформації. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/articles/pidvodni-kameni-informatsijnyh-manipulyatsij-yak-borotysya/>.
20. Казакова М. А. Медійні тексти як засіб формування комунікативної компетенції / М. А. Казакова // Молодий вчений – Херсон, 2016. – С. 47–48.
21. Керст І. Олена Малахова: "Фемінітиви — не данина моді, вони властиві українській мові як системі"[Електронний ресурс] / Іра Керст // WOMO. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://womo.ua/olena-malahova/>.
22. Киселева Т. В. Коммуникативная корректность в языковой картине мира / Т. В. Киселева // Языковая семантика и образ мира. Материалы международной научной конференции – Казань: Казанский государственный университет, 1998. – С. 115.
23. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію / М. О. Кіца // Соціальні комунікації / Social communications / М. О. Кіца. – Львів: Національний університет "Львівська політехніка", 2016.
24. Клушина Н. И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000 – 2008 гг.) : Автореф. дис. канд. филол. наук./ Клушина Н. И. – М, 2008. – 56 с.
25. Король Д. Інформація - зброя: кому належать українські ЗМІ [Електронний ресурс] / Д. Король, Ю. Винничук // The Insider. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://www.theinsider.ua/infographics/2014/2015_smi/vlasnyky.html.

26. Космацька Н. В. Мовні маркери політкоректності у французькому медіа тексті / Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Перекладознавство та міжкультурна комунікація" / Н. В. Космацька, Л. В. Вішак. // Херсон. – 2018. – №1.
27. Косова И. О. Система текстов массовой информации / И. О. Косова // Лингводидактические проблемы межкультурной коммуникации : сб. науч. статей : юбилейное издание – Волгоград, 2003. – С. 96–103.
28. Кравченко А. И. Социология / А. И. Кравченко, В. Ц. Анурин. – Санкт-Петербург: Питер, 2003. – 432 с.
29. Кройчик Л. Е. По существу ли эти споры? По существу! / Л. Е. Кройчик // Новое в массовой коммуникации : альманах / Л. Е. Кройчик. – Воронеж, 2006. – С. 6–11.
30. Ладика І. Без узагальнень та мови ворожнечі: як журналістам писати про ромів [Електронний ресурс] / Ірина Ладика // Детектор медіа. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/production/article/140933/2018-09-12-bez-uzagalnen-ta-movi-vorozhnechi-yak-zhurnalistam-pisati-pro-romiv/>.
31. Ладика І. Не біженці і не сепаратисти: як медіа писати про внутрішньо переміщених осіб [Електронний ресурс] / Ірина Ладика // Детектор медіа. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/production/article/140830/2018-09-07-ne-bizhentsi-i-ne-separatisti-yak-media-pisati-pro-vnutrishno-peremishchenikh-osib/>.
32. Лазаревич Е. М. Эвфемия как языковая реализация политкорректности / Е. М. Лазаревич // Молодой ученый – Казань, 2011. – С. 120–121.
33. Маєрчик М. Гендер для медій / М. Маєрчик, Л. Малес. – Київ: Критика, 2017. – 224 с.

34. Майба В. В. О структуре языка политкорректности (на примере английского и русского языков) / В. В. Майба // Политическая лингвистика, 2012. – С. 102–108.
35. Макляк Н.В. Маніпулятивна семантика новин у медіаперекладі кризової доби / Н.В. Макляк // *Studia linguistica* : збірник наукових праць – 2009. – No 3. – С. 186-191.
36. Мельник Г. С. Mass Media: Психологические процессы и эффекты / Г. С. Мельник. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 1996. – 160 с.
37. Мещерякова Д. Forbes забрав у UMH Group права на бренд в Україні – український суд визнав рішення міжнародного трибуналу [Електронний ресурс] / Дар'я Мещерякова // Дітектор медіа. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/rinok/article/138562/2018-06-15-forbes-zabrav-u-umh-group-prava-na-brend-v-ukraini-ukrainskii-sud-viznav-rishennya-mizhnarodnogo-tribunalu/>.
38. Мирний М. Аби дізнатись точну кількість ромів в Україні, потрібен Всеукраїнський перепис населення – Держстат [Електронний ресурс] / Микола Мирний // Центр інформації про права людини. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://humanrights.org.ua/material/abi_diznatis_tochku_kilkist_romiv_v_ukrajini_potriben_vseukrajinskij_perepis_naselennja_minjiust.
39. Палиенко А. М. Типология медиатекстов / А. М. Палиенко // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах – Запоріжжя: Класич. приват. ун-т., 2008. – С. 266–272.
40. Романова Т. В. Язык политкорректности: Свой - чужой / Татьяна Владимировна Романова // Лингвистические заметки / Татьяна Владимировна Романова., 2015. – С. 21–26.
41. Саприкін О. А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України / О. А. Саприкін. – Київ. – 234 с.

42. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі / Дмитро Юрійович Сизонов // *Studia Linguistica* / Дмитро Юрійович Сизонов. – Київ, 2013. – С. 389–392.
43. Собецька Н. В. Вживання фемінітивів, як прояв гендерної культури / Н. В. Собецька // *Молодий вчений* / Н. В. Собецька. – Тернопіль: Тернопільський національний економічний університет, 2016. – С. 375–378.
44. Солонина Є. Заяви про цензуру у "Форбсі"– верхівка передвиборного "айсберга"? [Електронний ресурс] / Євген Солонина // *Радіо Свобода*. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/25173559.html>.
45. Стернин И. А. Лексическое значение слова в речи / И. А. Стернин. – Воронеж, 1985.
46. Сторожева К. М. Коннотация и ее структура / К. М. Сторожева // *Вестник Челябинского государственного университета* / К. М. Сторожева. – Челябинск: 2007. – С. 113–118.
47. Таварткиладзе С. Медиа тексты в культурно-семиотическом пространстве и прескриптивная языковая функция : дис. канд. фил. наук : 10.02.03 / Таварткиладзе Софико – Батуми, 2006. – 106 с.
48. Телия В. Н. Типы языковых значений. Связанное значение слова в языке / В. Н. Телия. – Москва, 1981.
49. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / Светлана Григорьевна Тер-Минасова. – Москва: Слово, 2008. – 264 с.
50. Трофимова З. С. Словарь новых слов и значений в английском языке / З. С. Трофимова. – Москва: Павлин, 1993. – 304 с.
51. Труутс Е. Адвокатесса или мадам адвокат? [Електронний ресурс] / Елена Труутс // *Bookbridge*. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://bookbridge.spb.ru/izuchayushhim-yazyki/professii-vo-francuzskom-jazyke/>.

52. Фаткуллина Ф. Г. Медиатекст в современном коммуникативном пространстве / Ф. Г. Фаткуллина, Р. Р. Хабиров. // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №1.
53. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации / А. П. Чудинов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. пед. ун-та, 2003. – 248 с.
54. Шейгал Е. В. Семиотика политического дискурса : дис. докт. фiл. наук : 10.02.01 / Шейгал Е. В. – Волгоград, 2000. – 431 с.
55. Шляхтина Е. В. Языковой аспект политкорректности в англоязычной и русской культурах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. фiл. наук : спец. 10.02.09 / Шляхтина Елена Васильевна – Ярославль, 2009. – 24 с.
56. Шмелев Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики / Д. Н. Шмелев. – Москва, 1973. – 274 с.
57. Analyse du vote selon les habitudes médias [Электронный ресурс] / Nicolas Sarkozy // Ifop. – 2012. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.ifop.com/publication/analyse-du-vote-selon-les-habitudes-medias/>.
58. Andrillon L. Migrants et réfugiés : des mots aux frontières bien définies [Электронный ресурс] / Laure Andrillon // Libération. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: https://www.liberation.fr/planete/2015/08/28/migrants-et-refugies-des-mots-aux-frontieres-bien-definies_1371340.
59. Baker B. Media's Liberal Slant on the News / Brent Baker // Point-Counterpoint: Readings in American / Brent Baker. – New York, 1992.
60. Bell A. Approaches To Media Discourse / Alan Bell. – New York: Wiley, 1998. – 305 с.
61. Benassi G. Political Correctness and ideology: A cross-cultural linguistic study / Giuliano Benassi. – Konstanz: Universität Konstanz. – 90 с.
62. Bordenet C. Egalité femmes-hommes : l'écriture dite " inclusive ", sujet qui divise [Электронный ресурс] / Camille Bordenet // Le Monde. – 2017. – Режим

доступу до ресурсу: https://www.lemonde.fr/societe/article/2017/10/07/egalite-femmes-hommes-l-ecriture-dite-inclusive-un-sujet-qui-divise_5197770_3224.html?.

63. Capacitisme et validisme [Электронный ресурс] // Eurêkoi. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.eurekoi.org/capacitisme-et-validisme/>.

64. Carpuat M. Connotation in Translation / Marine Carpuat. – College Park: University of Maryland.

65. Castets C. Les dévoiements du politiquement correct [Электронный ресурс] / Caroline Castets // Le nouvel économiste. – 2010. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.lenouveleconomiste.fr/we-have-a-dream-2399/>.

66. Chait J. Not A Very P.C. Thing To Say [Электронный ресурс] / Johnathan Chait // New York Magazine. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <http://nymag.com/intelligencer/2015/01/not-a-very-pc-thing-to-say.html?gtm=top>m=bottom>.

67. Chemin A. Alain Rey : " Faire changer une langue, c'est un sacré travail ! "[Электронный ресурс] / Anne Chemin // Le Monde. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: https://abonnes.lemonde.fr/idees/article/2017/11/23/alain-rey-faire-changer-une-langue-c-est-un-sacre-travail_5218905_3232.html?.

68. Choisir les bons mots : éviter la discrimination, la hiérarchisation des sexualités et l'invisibilisation des personnes LGBT [Электронный ресурс] // ASSOCIATION DES JOURNALISTES LESBIENNES, GAYS, BI•E•S ET TRANS. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <http://ajlgbt.info/informer-sans-discriminer/choisir-les-bons-mots/>.

69. Chomsky N. Bewildering the Herd: An Interview by Rick Szykowny for The Humanist / Noam Chomsky // Point-Counterpoint: Readings in American Government / Noam Chomsky. – New York: St.Martin's Press, 1992. – С. 109–125.

70. Cohen P. La couleur politique des médias [Электронный ресурс] / Philippe Cohen // Marianne. – 2012. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.marianne.net/politique/la-couleur-politique-des-medias>.
71. Connotation lexicon: A dash of sentiment beneath the surface meaning. / S.Feng, J. S. Kang, P. Kuznetsova, Y. Choi // Proceedings of the 51st Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics / S.Feng, J. S. Kang, P. Kuznetsova, Y. Choi. – Sofia. – С. 1774–1784.
72. Déclaration de l'Académie française sur l'écriture dite "inclusive" [Электронный ресурс] // Académie française. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.academie-francaise.fr/actualites/declaration-de-lacademie-francaise-sur-lecriture-dite-inclusive>.
73. Définition d'élitisme [Электронный ресурс] // Toupictionnaire. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Elitisme.htm>.
74. DEFINITION ET FORMES DE DISCRIMINATION [Электронный ресурс] // Ministère de la Justice. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <http://stop-discrimination.gouv.fr/informations/definitions-et-formes-de-discriminations>.
75. Delporte C. La publicité, une histoire / Christian Delporte. – Versailles: Le temps des médias, 2004. – 434 с.
76. Detrie C. Les Complaintes de J. Laforgue: petite grammaire des titres / Cathérine Detrie // L'information grammaticale / Cathérine Detrie. – Paris: Persée, 2001. – С. 27–31.
77. Díaz M. L'euphémisme, La Langue De Bois Et Le Politiquement Correct / Montserrat López Díaz // L'Information grammaticale n° 143 / Montserrat López Díaz. – Paris, 2014. – С. 49–50.
78. Donzel M. C'est quoi, l'inclusion? [Электронный ресурс] / Marie Donzel // EVE. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.eveprogramme.com/26315/inclusion/>.

79. Fairclough N. Political Correctness: The Politics of Culture and Language / Norman Fairclough. – City of Lancaster: Lancaster University, 2003. – 28 с.

80. Gallion C. L'âgisme : une discrimination qui dérange ? [Электронный ресурс] / Cyrille Gallion // AutreFutur. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.autrefutur.net/L-agisme-une-discrimination-qui-derange>.

81. Gilbert M. Comment les correcteurs du " Monde " débattent sur la langue [Электронный ресурс] / M. Gilbert, M. Hérold // Le Monde. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: https://www.lemonde.fr/idees/article/2017/11/23/comment-les-correcteurs-du-monde-debattent-sur-la-langue_5218915_3232.html.

82. Good stories capture emotions [Электронный ресурс] // American Press Institute. – 2018. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/makes-good-story/good-stories-capture-emotions/>.

83. Handicap et médias / J.Blijkers, E. Bagbila, M. Bron, M. Ilboudo / Light for the world – 16 с.

84. JABBOUR R. La Discrimination À Raison De L'apparence Physique (Lookisme) En Droit Du Travail Français Et Américain Approche Comparatiste / RHÉA E. JABBOUR. – Paris: Université Panthéon-sorbonne Paris 1, 2013. – 357 с

85. L'orientation politique des journaux [Электронный ресурс] / Nicolas Sarkozy // MonFinancier. – 2010. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.monfinancier.com/archives/questions-argent/actualite-et-marches/orientation-politique-des-journaux-francais-30381.html>.

86. La féminisation des noms de métiers, fonctions, grades ou titres - Mise au point de l'Académie française [Электронный ресурс] // Académie française. – 2014. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.academie-francaise.fr/actualites/la-feminisation-des-noms-de-metiers-fonctions-grades-ou-titres-mise-au-point-de-lacademie>.

87. Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society / Harold Lasswell // Mass Communications / Harold Lasswell. – Chicago: University of Illinois, 1960. – С. 103.
88. Losey K. M. The Rhetoric of "Political Correctness" in the U.S. Media / K. M. Losey, H. Kurthen // American Studies / K. M. Losey, H. Kurthen. – Chapel Hill, 1995. – С. 227–245
89. Modigliani A. The Changing Culture of Affirmative Action / A. Modigliani, Gamson, W. A // Research in Political Science / A. Modigliani, Gamson, W. A., 1987. – С. 137–171.
90. POURQUOI UTILISER LES TERMES ‘SANS-PAPIERS’ OU ‘IRREGULIER’? [Електронний ресурс] / – Режим доступу до ресурсу: <https://picum.org/words-matter/>.
91. Sawyer A. Realism and the Social Science / Andrew Sawyer. – London: SAGE Publications Ltd, 2000. – 28 с.
92. von Harpe M. Der Einfluß der Massenmedien auf die amerikanische Politik / Maria von Harpe., 1991.
93. Weigel M. Political correctness: how the right invented a phantom enemy [Електронний ресурс] / Moira Weigel // The Guardian. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/30/political-correctness-how-the-right-invented-phantom-enemy-donald-trump>.

Лексикографічні джерела:

94. Dictionnaire Larousse en ligne [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://larousse.fr/>.

Джерела ілюстративного матеріалу:

95. Вголос [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://vgolos.com.ua/>.

96. Високий замок [Електронний ресурс] / оуоу ову – Режим доступу до ресурсу: <https://wz.lviv.ua>.
97. Громадське телебачення [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://hromadske.ua/>.
98. Кореспондент [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.korrespondent.net/>.
99. Новини Укрінформ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/>.
100. Подорож (Інтер) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://podrobnosti.ua/>.
101. Радіо Свобода Україна [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/>.
102. ТСН – Телевізійна Служба Новин [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://tsn.ua/>.
103. Українська правда [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.pravda.com.ua/>.
104. Факти ICTV [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ft.ictv.ua/>.
105. AJ+ français [Електронний ресурс] / Macron Emmanuel – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ajplus.net/francais/>.
106. BFM TV [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.bfmtv.com/>.
107. DW France [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.dwfrance.fr>.
108. France 24 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.france24.com/fr/>.
109. France Info [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.francetvinfo.fr/>.

110. FranceInfo [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.francetvinfo.fr/>.
111. Haddad R. Manuel d'écriture inclusive / Raphaël Haddad. – Paris: Mots-Clés, 2016. – 20 с.
112. L'express (журнал) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.lexpress.fr/>.
113. Le Figaro (газета) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.lefigaro.fr/>.
114. Le Monde (газета) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.lemonde.fr/>.
115. Le Point (журнал) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.lepoint.fr/>.
116. Libération (газета) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.liberation.fr/>.
117. Radio France Nationale - RFI [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.rfi.fr/>.
118. ZAXID.NET [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zaxid.net/>.
119. ZIK: Новини України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://zik.ua/>.
120. ZN.UA [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zn.ua/>.

Додаток А

Репрезентація жінок-політиків в українських медіа

Телеканал "Інтер" (podrobnosti.ua, "Inter Media Group)		
	Маркери з маскулінним компонентом	Маркери з фемінним компонентом
Ангела Меркель	Канцлер (26), політик (8)	Канцлерка (8)
Юлія Тимошенко	Лідер (30), народний депутат (2)	Лідерка (4)
Даля Грибаускайте	Президент (20)	—
Тереза Мей	Прем'єр-міністр (26), прем'єр (6)	Прем'єрка (4)
Людмила Денісова	Уповноважений Верховної Ради з прав людини (4), омбудсмен (6), правозахисник (3)	Омбудсвуменка (2), Уповноважена Верховної Ради з прав людини (10)
Марін Ле Пен	Лідер (4), політик (4), кандидат (4)	Лідерка (4)
"Громадське телебачення" (Hromadske.ua)		
	Маркери з маскулінним компонентом	Маркери з фемінним компонентом
Ангела Меркель	Канцлер (26)	Лідерка(2), перша в історії жінка-глава уряду (1), канцлерка (4)
Юлія Тимошенко	—	Лідерка (24), кандидатка (14)
Даля Грибаускайте	Президент (20)	Президентка (12)

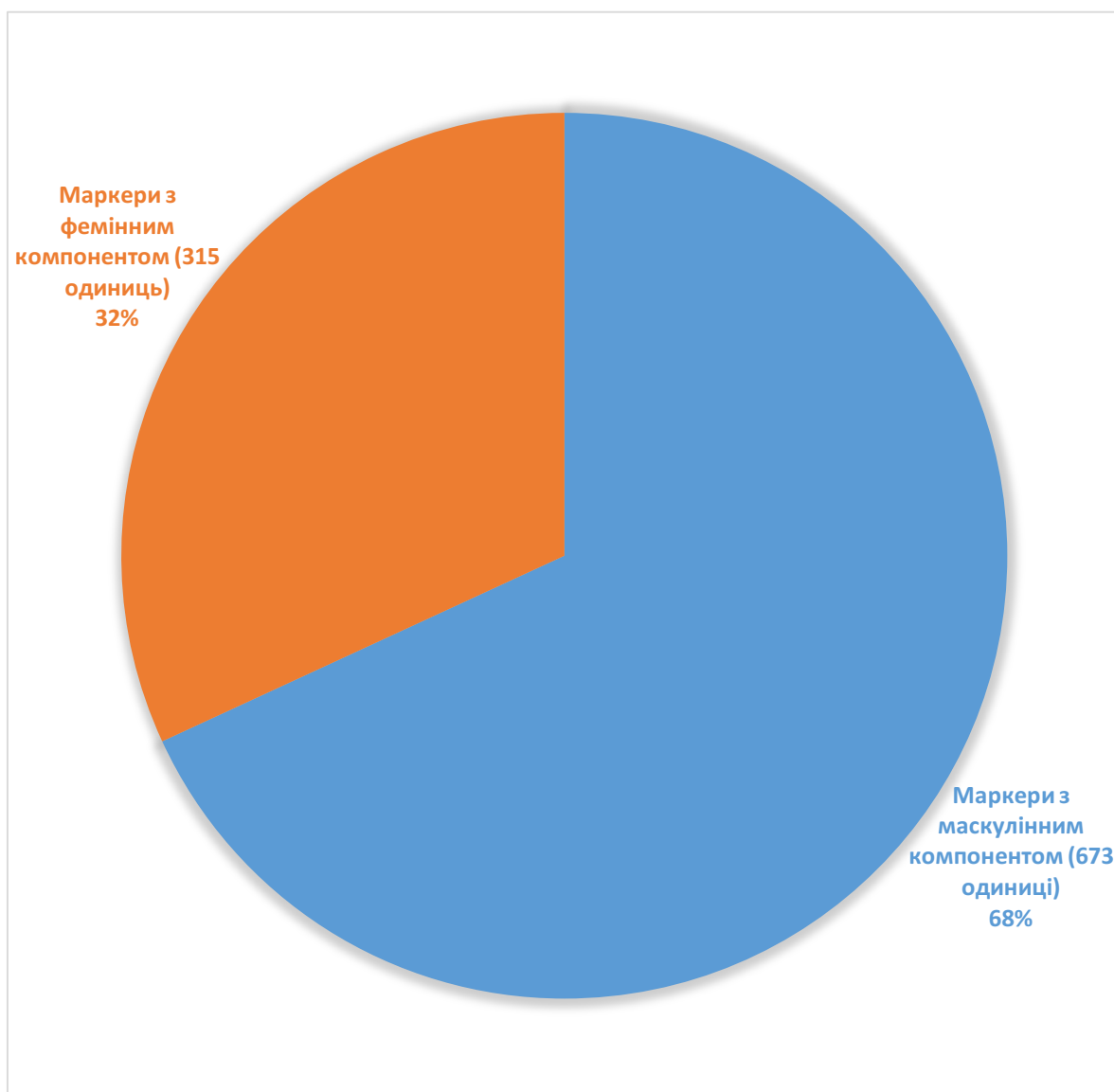
Тереза Мей	—	Прем'єрка (18), прем'єр-міністерка (4), очільниця уряду (2)
Людмила Денісова	Омбудсмен (14), уповноважений Верховної Ради з прав людини (2)	Уповноважена Верховної Ради з прав людини (16), правозахисниця (2), кандидатка (2),
Марін Ле Пен	Політик (2)	Екс-кандидатка (6), лідерка (10), політикиня (2)
"Радіо Свобода Україна", (radiosvoboda.org)		
	Маркери з маскулінним компонентом	Маркери з фемінним компонентом
Ангела Меркель	Канцлер (36), лідер (2), парламентар (2)	—
Юлія Тимошенко	Лідер (20), претендент (2), кандидат (2)	Лідерка (10), очільниця (2), кандидатка (2), політикиня (2)
Даля Грибаускайте	Президент (40)	—
Тереза Мей	Прем'єр-міністр (20), прем'єр (8)	Прем'єрка (10)
Людмила Денісова	Омбудсмен (14), Уповноважений Верховної Ради з прав людини (14)	Уповноважена Верховної Ради з прав людини (14)
Марін Ле Пен	Лідер (20), кандидат (4), прихильник (2), політик (2)	кандидатка (6), прихильниця (2), націоналістка (2), лідерка (2)
	TCH (tsn.ua)	
	Маркери з маскулінним компонентом	Маркери з фемінним компонентом

Ангела Меркель	Канцлер (24), лідер (2)	Німкеня (2), фрау (2), висока гостя (4), кандидатка (2), лідерка (2)
Юлія Тимошенко	Лідер (8), політик (4), колишній прем'єр (2)	Лідерка (24)
Даля Грибаускайте	Президент (32)	Очільниця (2), керівниця (2)
Тереза Мей	Прем'єр (30)	Прем'єрка (6), пані міністр (2)
Людмила Денісова	Омбудсмен (22), уповноважений Верховної Ради з прав людини (8)	Уповноважена Верховної Ради з прав людини (8), правозахисниця (2)
Марін Ле Пен	Лідер (4), політик (12), кандидат (4), представник (2)	Лідерка (2), очільниця (4), депутатка (2), кандидатка (2), представниця (2), суперниця (2), французенка (2)
	Факти ICTV (fakty.ictv.ua)	
	Маркери з маскулінним компонентом	Маркери з фемінним компонентом
Ангела Меркель	Канцлер (34), політик (2)	Залізна леді Німеччини (2)
Юлія Тимошенко	Лідер (22), політик (2), народний депутат (2)	Лідерка (2)
Даля Грибаускайте	Президент (16)	—
Тереза Мей	Прем'єр-міністр (34), політик (4), прем'єр (2)	—
Людмила Денісова	Омбудсмен (16), Уповноважений Верховної Ради з прав людини (16)	Уповноважена Верховної Ради з прав людини (8),

Марін Ле Пен	Лідер (14), кандидат (12), політик (4)	Націоналістка (4), лідерка (2), представниця (2)
Всього:	Маркери з маскулінним компонентом (673)	Маркери з фемінним компонентом (315)

Додаток Б

Співвідношення маркерів чоловічого та жіночого роду на позначення жінок-політиків в українських ЗМІ



Додаток В

Фемінітиви в українських ЗМІ та їх еквіваленти в українській мові

1. Actrice	Акторка
2. Administratrice	Адміністраторка
3. Agente	Агентка
4. Agente de bord	Бортпровідниця
5. Agente de change	Брокерка
6. Agricultrice	Фермерка
7. Ambassadrice	Амбасадорка
8. Apicultrice	Бджолярка
9. Architecte	Архітекторка
10. Artiste	Мисткиня
11. Astronaute	Астронавтка
12. Athlète	Атлетка
13. Auditrice	Аудиторка
14. Auteure	Авторка
15. Avocate	Адвокатка
16. Banquière	Банкірка
17. Bibliothécaire	Бібліотекарка
18. Boxeuse	Боксерка
19. Caissière	Касирка
20. Candidate	Кандидатка
21. Cardiologue	Кардіологиня
22. Cartographe	Картографиня
23. Cascadeuse	Каскадерка
24. Chancelière	Канцлерка
25. Chanteuse	Співачка
26. Chef, cheffe	Керівниця
27. Chercheuse	Дослідниця
28. Chirurgienne	Хірургиня
29. Chorégraphe	Хореографиня
30. Cinéaste	Кінематографістка
31. Coiffeuse	Перукарка
32. Compétitrice	Суперниця
33. Compositrice	Композиторка
34. Conciliatrice	Посередниця

35.Conductrice	Водійка
36.Conseillère	Радниця
37.Conservatrice	Консерваторка
38.Consommatrice	Споживачка
39.Constructrice	Коснструкторка
40.Consultante	Консультантка
41.Conteuse	Новелістка
42.Contrôleuse	Контролерка
43.Correspondante	Кореспондентка
44.Costumière	Костюмерка
45.Coureuse	Бігунка
46.Cuisinière	Кухарка
47.Curatrice	Кураторка
48.Danseuse	Танцюристка
49.Décoratrice	Декораторка
50.Dégustatrice	Дегустаторка
51.Déléguée	Делегатка
52.Dentiste	Стоматологиня
53.Députée	Депутатка
54.Diplomate	Дипломатка
55.Directrice	Директорка
56.Dirigeante	Керівниця
57.Douanière	Митничка
58.Doyenne	Деканка
59.Écologiste	Екологиня
60.Écrivaine	Письменниця
61.Éditrice	Видавниця
62.Éducatrice	Вихователька
63.Enseignante	Викладачка
64.Entrepreneure	Підприємниця
65.Espionne	Шпигунка
66.Expéditrice	Експедиторка
67.Experte	Експертка
68.Femme politique	Політикиня
69.Financière	Фінансистка
70.Fiscaliste	Податківка
71.Fleuriste	Флористка
72.Fonctionnaire	Чиновниця
73.Footballeuse	Футболістка
74.Fournisseuse	Постачальниця

75. Garde, gardienne	Охоронниця
76. Gardienne de but	Воротарка
77. Gérante, gestionnaire	Керівниця
78. Gouverneure	Губернаторка
79. Historienne	Історикиня
80. Hockeyeuse	Хокеїстка
81. Humoriste	Гумористка
82. Illustratrice	Ілюстраторка
83. Infirmière	Медсестра
84. Informaticienne	Програмістка
85. Ingénieure	Інженерка
86. Inspectrice	Інспекторка
87. Inventrice	Винахідниця
88. Investisseuse	Інвесторка
89. Joueuse	Гравчиня
90. Journaliste	Журналістка
91. Lauréate	Лауреатка
92. Linguiste	Лінгвістка
93. Livreuse	Кур'єрка
94. Marchande	Продавчиня
95. Métallurgiste	Металургиня
96. Météorologue	Метеорологиня
97. Metteuse en scène	Постановниця
98. Militaire	Військовослужбовиця
99. Ministre	Міністерка
100. Musicienne	Музикантка
101. Neurologue	Неврологиня
102. Nutritionniste	Дієтологиня
103. Ophtalmologiste	Офтальмологиня
104. Opposante	Опонентка
105. Oratrice	Ораторка
106. Organisatrice	Організаторка
107. Ouvrière	Робітниця
108. Pâtissière	Кондитерка
109. Patronne	Керівниця
110. Paysagiste	Пейзажистка
111. Peintre	Художниця
112. Pharmacienne	Фармацевтка
113. Phonéticienne	Фонетистка
114. Photographe	Фотографиня

115. Plongeuse	Водолазка
116. Policière	Поліцейська
117. Pomprière	Пожежниця
118. Première ministre	Прем'єр-міністерка, прем'єрка
119. Présidente	Президентка
120. Procureure	Прокурорка
121. Professeure	Викладачка
122. Psychologue	Психологиня
123. Réalisatrice	Режисерка
124. Réceptionniste	Рецепціоністка
125. Rectrice	Ректорка
126. Rédactrice	Редакторка
127. Représentante	Представниця
128. Restauratrice	Реставраторка
129. Révisseuse, réviseuse	Ревізорка
130. Romancière	Романістка
131. Scénariste	Сценаристка
132. Scientifique	Науковиця
133. Secrétaire	Секретарка
134. Sénatrice	Сенаторка
135. Serveuse	Офіціантка
136. Sportive	Спортсменка
137. Tenniswoman	Тенісистка
138. Traductrice	Перекладачка
139. Travailleuse sociale	Соціальна працівниця
140. Volleyeuse	Волейболістка
141. Vendeuse	Продавчиня
142. Vétérinaire	Ветеринарка
143. Vice-présidente	Віце-президентка

Додаток Д

Інклюзивне письмо (найпоширеніші випадки використання)

Прикметники, детермінанти й займенники Adjectifs, déterminants et pronoms	
Однина (singulier)	Множина (pluriel)
ce·tte celui·elle certain·e chacun·e différent·e du·de la il·elle la·le - tout·e un·e	ces ceux·elles certain·e·s chacun·e·s différent·e·s des il·elle·s les les nombreux·ses tou·te·s des
Нейтральні слова (які мають однакову форму в чоловічому і жіночому роді) Mots épicènes (mots dont la forme ne varie pas entre le masculin et le féminin)	
artiste bénévole cadre capitaine diplomate fonctionnaire gendarme guide interprète juriste maire membre propriétaire scientifique	artistes bénévoles cadres capitaines diplomates fonctionnaires gendarmes guides interprètes juristes maires membres propriétaires scientifiques

secrétaire	secrétaires
Одиниці, які в чоловічому роді закінчуються на голосну Mots se terminant au masculin par une voyelle	
<i>Masculin en -é et -i</i>	
administré·e apprenti·e attaché·e chargé·e délégué·e député·e diplômé·e retraité·e	administré·e·s apprenti·e·s attaché·e·s chargé·e·s délégué·e·s député·e·s diplômé·e·s retraité·e·s
<i>Masculin en -u / féminin en -ue</i>	
élu·e	élu·e·s
Одиниці, які в чоловічому роді закінчуються на приголосну Mots se terminant au masculin par une consonne	
<i>Masculin en -al / féminin en -ale</i>	
départemental·e local·e médical·e municipal·e préfectoral·e régional·e social·e syndical·e territorial·e	départementaux·ales locaux·ales médicaux·ales municipaux·ales préfectoraux·ales régionaux·ales sociaux·ales syndicaux·ales territoriaux·ales
<i>Masculin en -ef / féminin en -effe</i>	
chef·fe	chef·fe·s
<i>Masculin en -el / féminin en -elle</i>	
intellectuel·le maternel·le professionnel·le	intellectuel·le·s maternel·le·s professionnel·le·s

<i>Masculin en -en (dont -ien) / féminin en -enne (dont -ienne)</i>	
citoyen·ne gardien·ne lycéen·ne technicien·ne	citoyen·ne·s gardien·ne·s lycéen·ne·s technicien·ne·s
<i>Masculin en -er / féminin en -ère</i>	
banquier·ère conseiller·ère écolier·ère hospitalier·ère usager·ère	banquier·ère·s conseiller·ère·s écolier·ère·s hospitalier·ère·s usager·ère·s
<i>Masculin en -eur (à l'exception de -teur)</i>	
<i>Masculin en -eur (à l'exception de -teur) / féminin en -euse</i>	
chroniqueur·euse entraîneur·euse footballeur·euse programmeur·euse travailleur·euse	chroniqueur·euse·s entraîneur·euse·s footballeur·euse·s programmeur·euse·s travailleur·euse·s
<i>Masculin en -eur (à l'exception de -teur) / féminin en -eure</i>	
chercheur·e / chercheuse entrepreneur·e gouverneur·e ingénieur·e professeur·e	chercheur·e·s / chercheuses entrepreneur·e·s gouverneur·e·s ingénieur·e·s professeur·e·s
<i>Masculin en -eur (à l'exception de -teur) / exception</i>	
ambassadeur·rice	ambassadeur·rice·s
<i>Masculin en -teur</i>	
<i>Masculin en -teur / féminin en -teuse</i>	
acteur·rice administrateur·rice animateur·rice agriculteur·rice consommateur·rice directeur·rice éducateur·rice électeur·rice inspecteur·rice instituteur·rice médiateur·rice	acteur·rice·s administrateur·rice·s animateur·rice·s agriculteur·rice·s consommateur·rice·s directeur·rice·s éducateur·rice·s électeur·rice·s inspecteur·rice·s instituteur·rice·s médiateur·rice·s

modérateur·rice recteur·rice sénateur·rice	modérateur·rice.s recteur·rice.s sénateur·rice.s
<i>Masculin en -teur / exception</i>	
auteur·e / autrice	auteur·e.s / autrices
<i>Masculin en -if / féminin en -ive</i>	
administratif·ive créatif·ive sportif·ve	administratif.ive.s créatif.ive.s sportif·ive.s
<i>Masculin en -t / féminin en -te</i>	
adhérent·e adjoint·e agent·e assistant·e avocat·e consultant·e étudiant·e habitant·e président·e remplaçant·e suppléant·e	adhérent·e.s adjoint·e.s agent·e.s assistant·e.s avocat·e.s consultant·e.s étudiant·e.s habitant·e.s président·e.s remplaçant·e.s suppléant·e.s
ІІІІІ	
artisan·e commis·e sénior·e	artisan·e.s commis·e.s sénior·e.s

Додаток Е

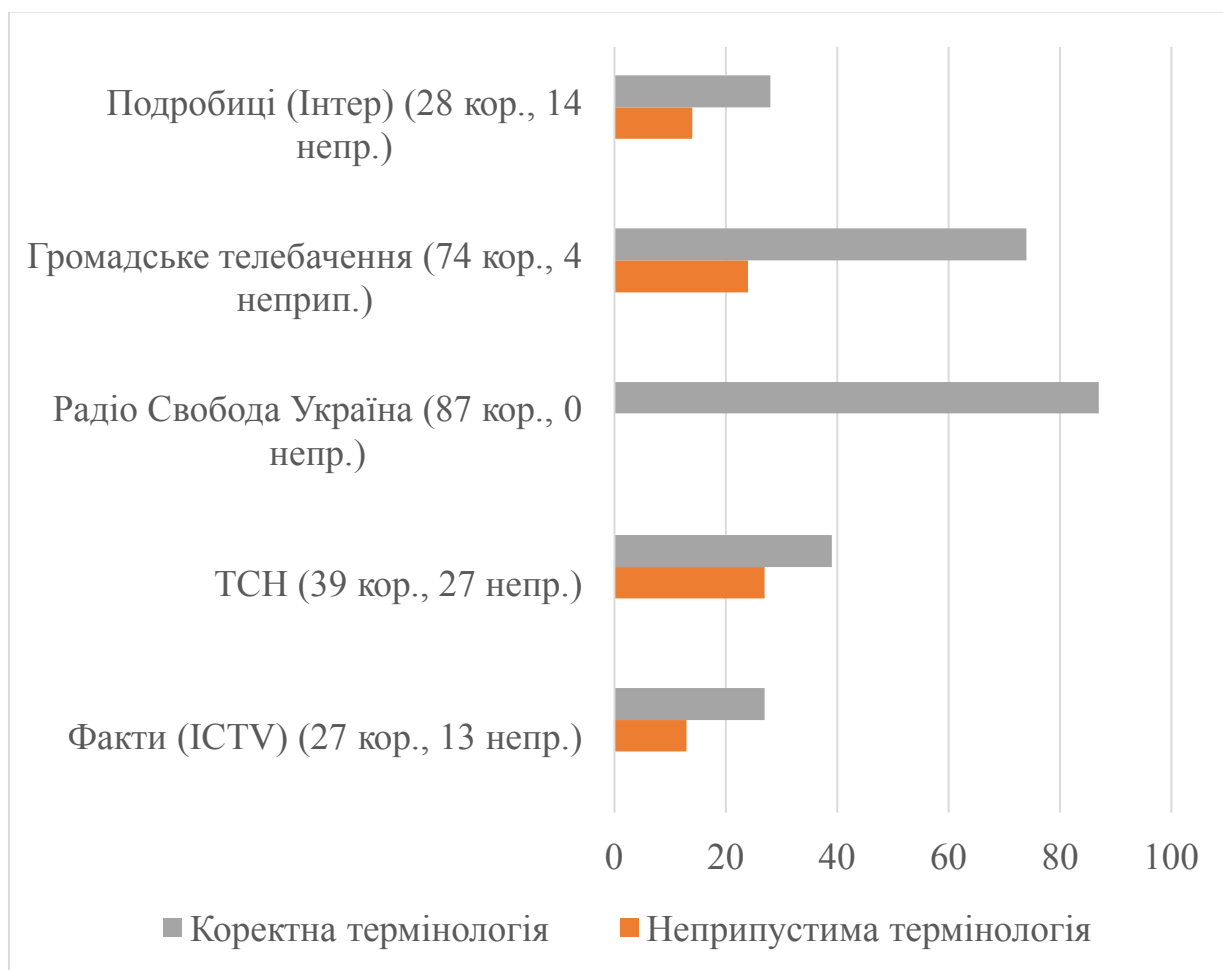
Зіставний аналіз французьких й українських ЗМІ на предмет маркерів на пом'якшення расової дискримінації на прикладі ромів

	Коректна термінологія	Неприпустима термінологія
Українські медіа		
Телеканал "Інтер" (podrobnosti.ua, "Inter Media Group)	Роми (26), ромська громада (2)	Цигани (12), жителі ромської національності (2)
"Громадське телебачення" (Hromadske.ua)	Роми (60), ромський (14)	Мешканець ромської національності (2), один з ромів (2)
"Радіо Свобода Україна", (radiosvoboda.org)	Роми (45), ромський (30), ромські жінки (6), ромські діти (2), українські роми (2), роми-переселенці (2)	<i>Відсутня</i>
TCH (tsn.ua)	Роми (27), ромські родини (2), ромська спільнота (2), ромська община (2), ромський посередник (4), ромські батьки (2)	Цигани (14), циганський (4), вигнанці (4), особи ромської національності (5)
Факти ICTV (fakty.ictv.ua)	Роми (27)	Цигани (8), представники ромської національності (5)
Французькі медіа		
Газета "Le Monde"	Les Roms (57), tsiganes (4), la communauté rom (12)	<i>Відсутня</i>

Газета "Le Figaro"	Les Roms (41), les familles roms (9)	<i>Відсутня</i>
Журнал "Le Point "	Les Roms (37), les familles (4)	<i>Відсутня</i>
Видання "France Info"	Les Roms (45), les familles roms (8), la population rom (21), les familles (4)	<i>Відсутня</i>
Газета "Libération"	Les Roms (53), les personnes (4), les familles (4)	<i>Відсутня</i>

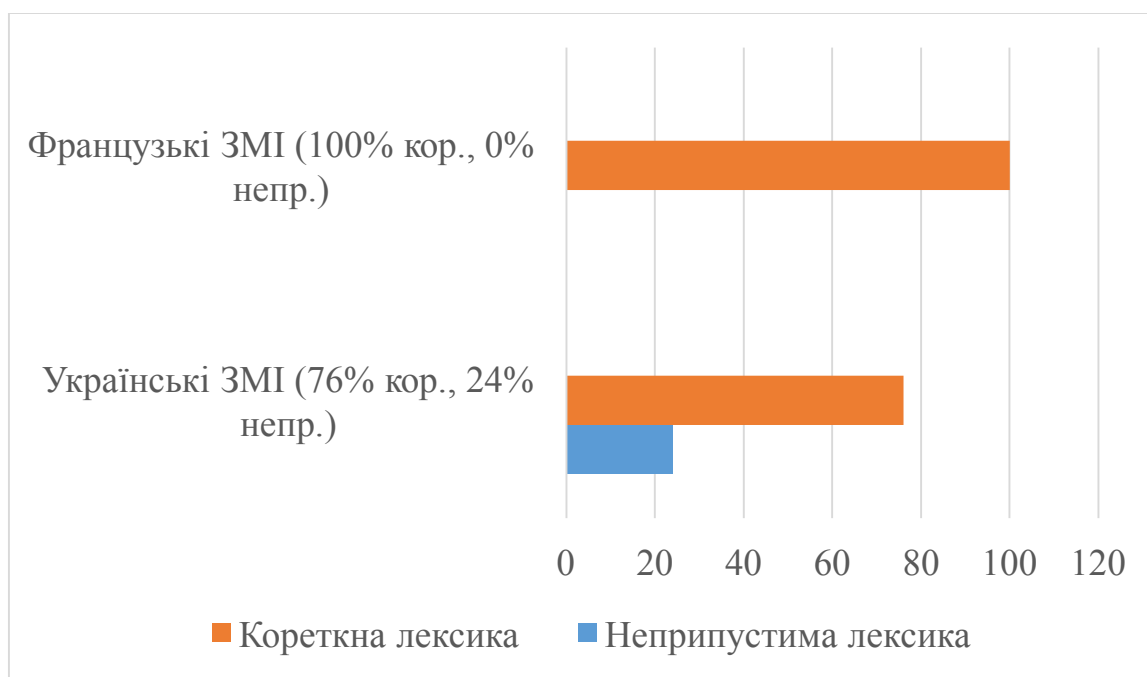
Додаток Ж

Співвідношення коректної і неприпустимої лексики на позачення ромів в українських і французьких медіа



Додаток 3

Зіставний аналіз частки коректної і неприпустимої лексики на позначення ромів в українських і французьких медіа



Додаток И

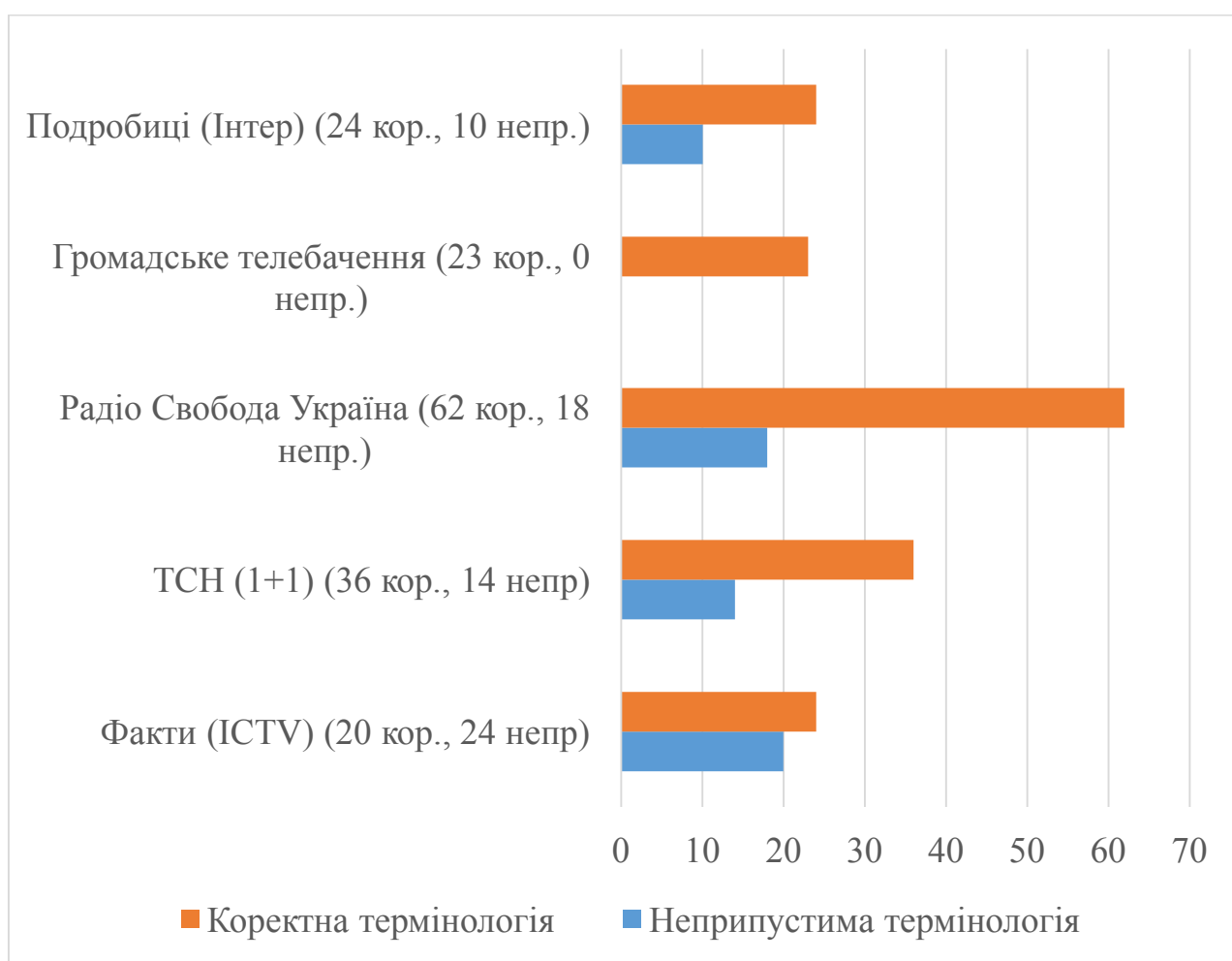
Зіставний аналіз французьких й українських ЗМІ на предмет маркерів на пом'якшення дискримінації за сексуальною орієнтацією

	Коректна термінологія	Неприпустима термінологія
Українські медіа		
"Подорож" телеканалу "Інтер"	Геї (8), одностатеві шлюби (6), сексуальна орієнтація (8), гомосексуали (2)	Нетрадиційна орієнтація (2), гомосексуалісти (4), гомосексуалізм (4)
"Громадське телебачення"	ЛГБТ спільнота (14), трансгендери (2), геї (7)	<i>Відсутня</i>
"Радіо Свобода Україна"	Гомосексуальність (10), представники ЛГБТ (12), одностатетві стосунки (12), гомосексуали (22), геї (6)	Гомосексуалізм (14), секс-меншини (4)
"ТСН"	Гомосексуали (14), ЛГБТ-спільнота (2), сексуальна орієнтація (4), гей (12), лесбійка (4)	Нетрадиційна орієнтація (6), гомосексуалізм (8)
"Факти" телеканалу ICTV	Гомосексуальність (4), гомосексуали (6), геї (10), ЛГБТ (2), камінг-аут (2)	Нетрадиційна орієнтація (18), гомосексуаліст (2)
Французькі медіа		
Газета "Le Monde"	LGBT (13), homosexuels (8), transsexuels (2), transgenres (6), familles homoparentales (4)	<i>Відсутня</i>
Газета "Le Figaro"	La communauté LGBT (7), gays (6), lesbiennes (4), bissexuels (5), transgenres	<i>Відсутня</i>

	(6), les LGBT (15), coming out (2), homosexuels (4), l'identité sexuelle (4) orientation sexuelle (6), mariage pour tous (2)	
Журнал "Le Point "	Les LGBT (19), homosexuels (7), bisexuels (3), orientation sexuelle (3)	<i>Відсутня</i>
Видання "France Info"	Les LGBT+ (10), lesbiennes (5), gays (4), bisexuels (4), homosexualité (6), homosexuels (8)	<i>Відсутня</i>
Газета "Libération"	Les LGBT (25), gays (24), lesbiennes (7), l'homosexualité (8), transgenres (4)	<i>Відсутня</i>

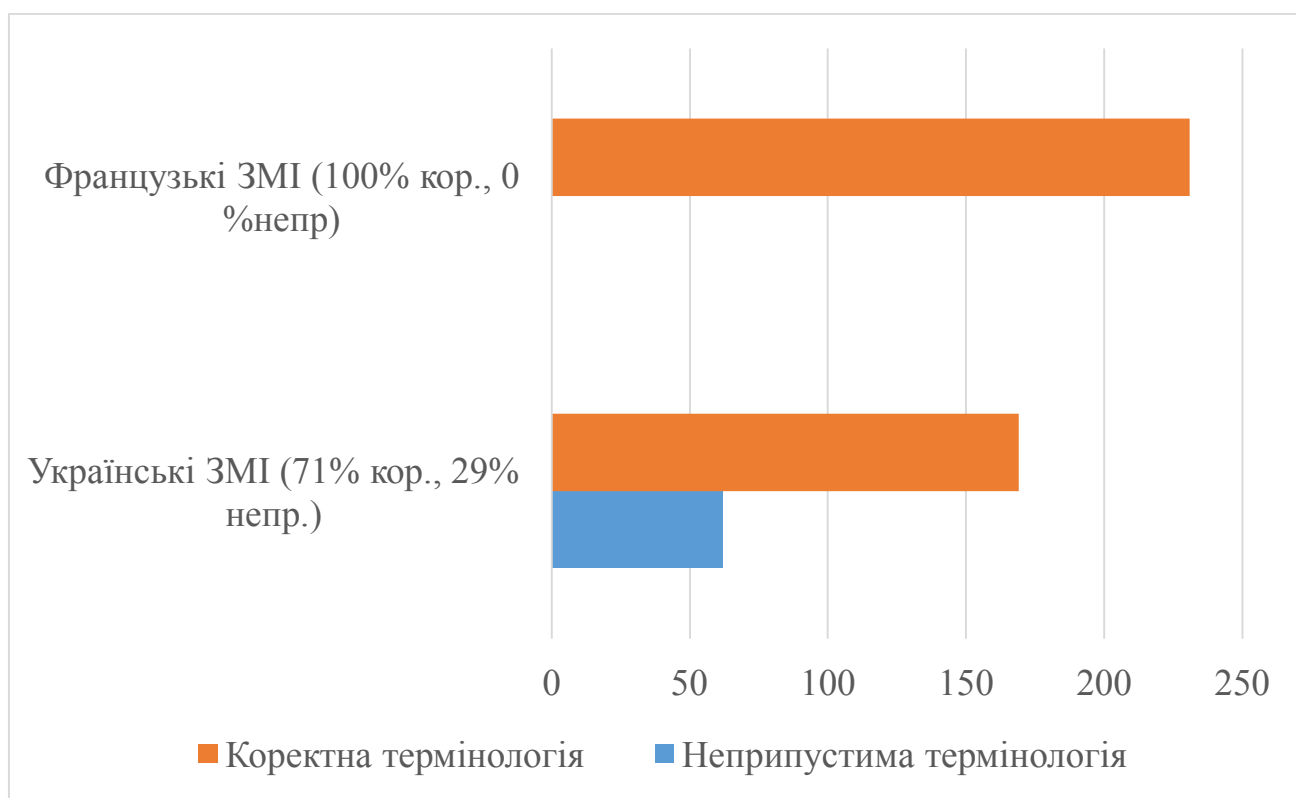
Додаток К

Співвідношення коректної і неприпустимої лексики на позначення сексуальних меншин в українських медіа



Додаток Л

Зіставний аналіз частки коректної і неприпустимої лексики на позначення сексуальних меншин в українських і французьких медіа



Додаток М

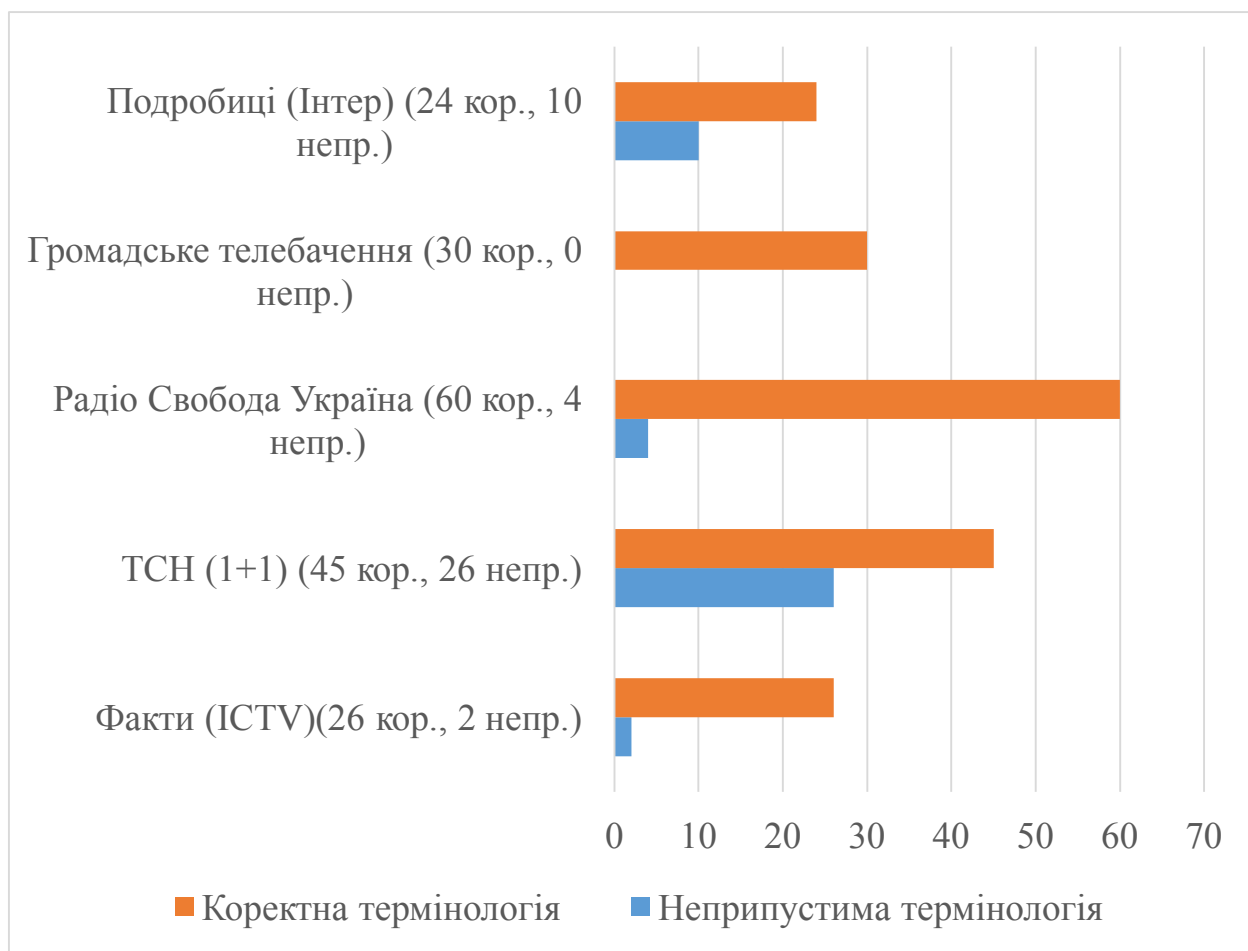
Зіставний аналіз французьких й українських ЗМІ на предмет маркерів на пом'якшення дискримінації людей з інвалідністю

	Коректна термінологія	Неприпустима термінологія
Українські медіа		
Телеканал "Інтер" (podrobnosti.ua, "Inter Media Group)	Люди з інвалідністю (20), інвалідність (4),	Люди з обмеженими можливостями (6), інваліди (2), особливі люди (2)
"Громадське телебачення" (Hromadske.ua)	Люди з інвалідністю (18), особи з інвалідністю (6), люди з вадами слуху (2), люди з розумовими порушеннями (2), незрячі (6)	<i>Відсутня</i>
"Радіо Свобода Україна", (radiosvoboda.org)	Люди з інвалідністю (26), інвалідність (8), особа з інвалідністю (4), незрячі (16), люди з порушеннями зору (6)	Люди з фізичними обмеженнями (4)
TCH (tsn.ua)	Діти з інвалідністю (4), діти з вадами зору (4), люди з інвалідністю (12), нечуючі (2), незрячі (8), люди з вадами зору (2), діти з ДЦП (2), діти з синдромом дауна (2), діти з аутизмом (6), інвалідність (2)	Діти з обмеженими можливостями (4), діти з особливими потребами (2), візочники (2), люди з обмеженими можливостями (12), особливі діти (4), глухі (2)
Факти ICTV (fakty.ictv.ua)	Люди з інвалідністю (14), інвалідність (4), особи з інвалідністю (4), людина на інвалідному візку (4)	Люди з обмеженими можливостями (2)

Французькі медіа		
Газета "Le Monde"	Les élèves handicapés (9), les jeunes handicapés (3), élèves en situation de handicap (4), les personnes handicapées (27), les personnes en situation de handicap (7)	<i>Відсутня</i>
Газета "Le Figaro"	Les personnes handicapées (27), les personnes en situation de handicap (13), les salariés handicapés (3), les détenus handicapés, le handicap (2), les personnes à mobilité réduite (7)	<i>Відсутня</i>
Журнал "Le Point "	Les personnes handicapées (19), les handicapés mentaux (6), le handicap (5), les personnes à mobilité réduite (5)	<i>Відсутня</i>
Видання "France Info"	Les personnes handicapées (23), les déficients visuels (14), les travailleurs handicapés (8), le handicap (8), les personnes handicapées (6)	<i>Відсутня</i>
Газета "Libération"	Les personnes handicapées (28), le handicap (12), les activistes handicapés (2), les femmes handicapées (7), jeunes handicapés (5), les déficients visuels (5), les déficients auditifs (5)	<i>Відсутня</i>

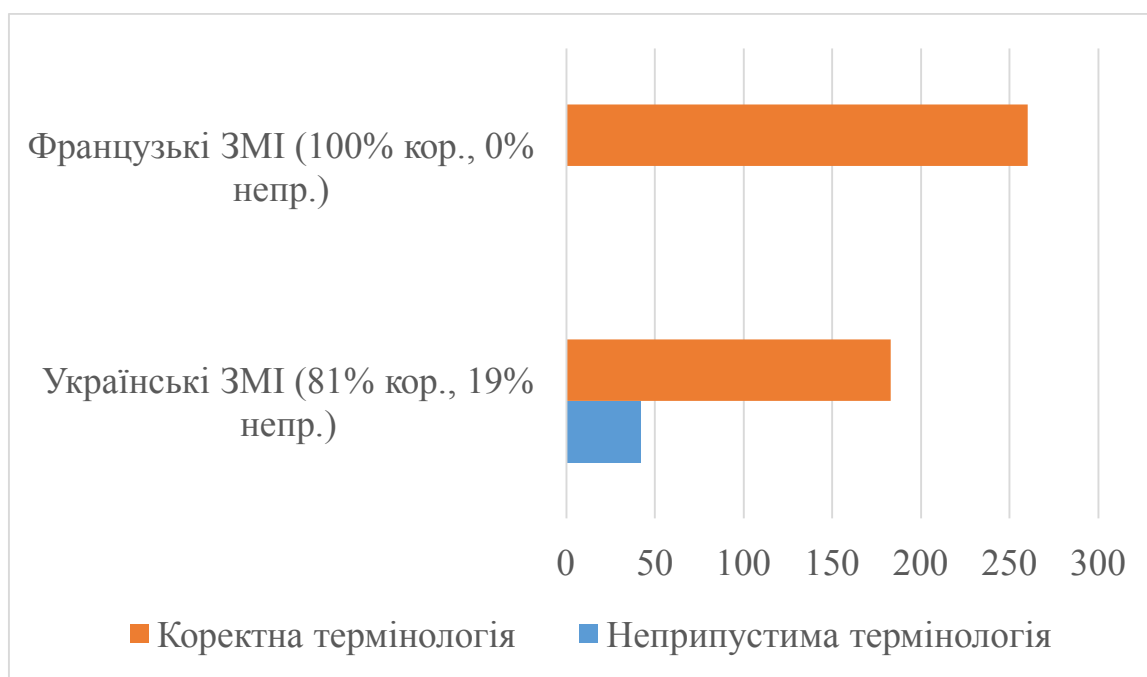
Додаток Н

Співвідношення коректної і неприпустимої лексики на позначення людей з інвалідністю в українських медіа



Додаток П

Зіставний аналіз частки коректної і неприпустимої лексики на позначення людей з інвалідністю в українських і французьких медіа



Додаток Р

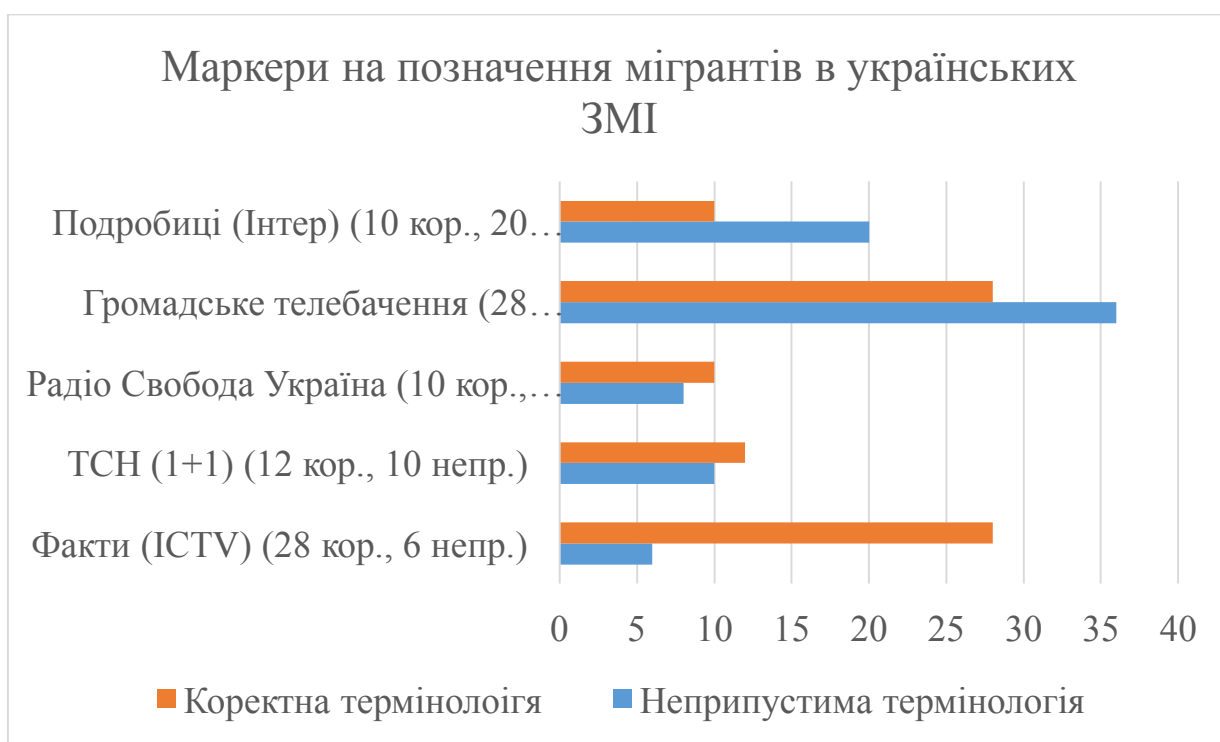
Зіставний аналіз французьких й українських ЗМІ на предмет маркерів на позначення мігрантів

	Коректна термінологія	Неприпустима термінологія
Українські медіа		
Телеканал "Інтер" (podrobnosti.ua, "Inter Media Group)	Мігранти (10)	Біженці (8), нелегали (12),
"Громадське телебачення" (Hromadske.ua)	Мігранти (28)	Нелегальні мігранти (14), нелегали (6), іноземці-нелегали (2), незаконні мігранти (8), біженці (6)
"Радіо Свобода Україна", (radiosvoboda.org)	Мігранти (6), заробітчани (2), трудові мігранти (2)	Нелегальні мігранти (8),
TCH (tsn.ua)	Мігранти (8), іноземці (4)	Нелегали (4), біженці (6)
Факти ICTV (fakty.ictv.ua)	Мігранти (14), прохачі притулку (4), іммігранти (4), внутрішньо переміщені особи (2), іноземці (2), переселенці (2)	Біженці (4), нелегальні мігранти (2)
Французькі медіа		
Газета "Le Monde"	Les migrants (27), les personnes secourues (5), les étrangers en situation irrégulière	<i>Відсутня</i>

	(5), les étrangers sans papiers (5)	
Газета "Le Figaro"	Les migrants (30)	<i>Відсутня</i>
Журнал "Le Point "	Les immigrés (22), les migrants (13), les immigrants (4)	<i>Відсутня</i>
Видання "France Info"	Les migrants (24)	<i>Відсутня</i>
Газета "Libération"	Les migrants (20), les demandeurs d'asile (10), les immigrés (14)	<i>Відсутня</i>

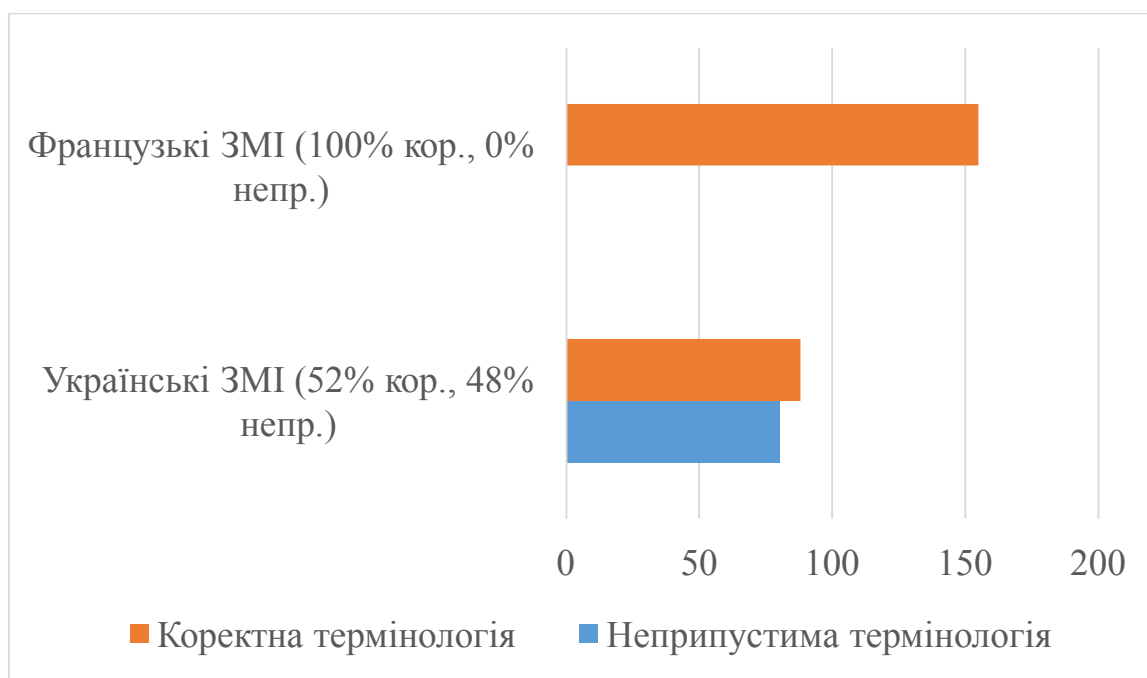
Додаток С

Співвідношення коректної і неприпустимої лексики на позначення мігрантів в українських медіа



Додаток Т

Зіставний аналіз частки коректної і неприпустимої лексики на позначення мігрантів в українських і французьких медіа



Додаток У

Переклад політкоректної лексики у французьких медіа текстах на основі їх тематичної класифікації

№ п/п	Оригінал	Переклад	Трансформація
<p>Група 1. Політкоректні маркери на пом'якшення дискримінації таких видів:</p> <p>А) расова, культурна, релігійна дискримінація</p> <p>Б) статева дискримінація</p> <p>В) дискримінація сексуальних меншин</p> <p>Г) дискримінація в цілому (стосовно всіх груп)</p>			
1.	Affaire (n.f.) Weinstein	Заокеанський скандал з Вайнштейном	Емфатизація
2.	Affaire (n.f.) Weinstein	Скандал, пов'язаний зі звинуваченнями у зґвалтуваннях і домаганнях американського продюсера Гарві Вайнштейна	Емфатизація
3.	Affaire (n.f.) Weinstein	Секс-скандал з Вайнштейном	Емфатизація
4.	Afro-américain , adj.m.	Афроамериканець	Калькування
5.	Agisme, n.m.	Ейджизм	Транскодування
6.	Aide (n.f.) au retour humanitaire	Соціальна допомога	Компенсація
7.	Aide (n.f.) au retour volontaire (ARV)	Соціальна допомога	Компенсація
8.	Amérindiens, m.pl.	Корінні американці	Модуляція (логічний розвиток)

9.	Anstisemitisme, n.m.	Антисемітизм	Транскодування (транскрипція)
10.	Approche (n.f) inter-culturelle	Міжкультурний підхід	Калькування
11.	Asiatique-eursiens, m.pl.	Азіати	Редукція
12.	Baby blues, n.m.	Післяпологова депресія	Експлікація
13.	Bisexualité, n.f.	Бісексуальність	Транскодування
14.	Bisexuel(le), adj.	Бісексуал	Транскодування
15.	Blancs, m.pl.	Білі	Еквівалент
16.	Campement (n.m.) en situation irrégulière	Незаконні табори	Емфатизація
17.	Capacitisme, n.m.	Дискримінація за фізичними можливостями	Експлікація
18.	Citoyen (n.m.) étranger	Іноземний громадянин	Калькування
19.	Citoyens (n.m.pl) d'origine africaine	Громадяни африканського походження	Калькування
20.	Citoyens (n.m.pl) d'ethnie rom	Громадяни ромської національності	Калькування
21.	Citoyens (n.m.pl.) d'ascendance africaine	Громадяни африканського походження	Калькування
22.	Code (n.m.) d'expression	Мовленнєвий кодекс	Модуляція (логічний розвиток)
23.	Coming-out, n.m.	Камінг-аут	Транскодування (транскрипція)

24.	Communauté (n.f.) du voyage	Мандрівна спільнота	Калькування
25.	Compréhension (n.f.) interculturelle	Міжкультурне розуміння	Калькування
26.	Couple (n.m.) de femmes	Пара жінок	Калькування
27.	Couple (n.m.) hétérosexuel	Гетеросексуальна пара	Калькування
28.	Couples (n.m.pl) "homos"	Одностатеві пари	Експлікація
29.	Démantèlement des hébergements	Знесення незаконних поселень	Емфатизація
30.	Discrimination (n.f.) homme-femme	Дискримінація за статевою ознакою	Модуляція (логічний розвиток)
31.	Discrimination, n.f.	Дискримінація	Адаптоване транскодування
32.	Diversité (n.f.) culturelle	Культурне розмаїття	Калькування
33.	Diversité, n.f.	Розмаїття	Еквівалент
34.	Egalité (n.f.) des sexes	Гендерна рівність	Модуляція (логічний розвиток)
35.	Egalité (n.f.) hommes-femmes	Гендерна рівність	Модуляція (логічний розвиток)
36.	Egalité, n.f.	Рівноправ'я	Конкретизація
37.	Elitisme, n.m.	Елітизм	Транскодування (транскрипція)
38.	Environnement (n.m.) hostile	Вороже оточення	Калькування

39.	Epoque (n.f.) de égalité	Епоха рівноправ'я	Калькування
40.	Epoque (n.f.) de tolerance	Епоха толерантності	Калькування
41.	Exclusion, n.f.	Виключення зі спільноти	Додавання (ампліфікація)
42.	Expression (n.f.) sexuelle	Гендерне самовираження	Модуляція (логічний розвиток)
43.	Famille noire, n.f.	Темношкіра родина	Модуляція (логічний розвиток)
44.	Feminisme, n.m.	Фемінізм	Транскодування (транскрипція)
45.	Feministe, n.m, f.	Фемініст(ка)	Транскодування (транскрипція)
46.	Femme (n.f.) célibataire	Одинока жінка	Калькування
47.	Gay, n.m.	Гей	Транскодування (транскрипція)
48.	Gens (n.pl.) du voyage	Мандрівні групи	Модуляція (логічний розвиток)
49.	Groupe (n.m.) victimisé	Віктимізована група	Калькування
50.	Harcèlement (n.m.) homophobe	Гомофобне переслідування	Калькування
51.	Harcèlement (n.m.) sexuel	Сексуальне домагання	Калькування
52.	Harcèlement (n.m.) verbale	Вербальна агресія	Модуляція (логічний розвиток)
53.	Hétéro, n.m.	Традиційної орієнтації	Експлікація

54.	Hétérosexuel, n.m.	Гетеросексуальний	Адаптоване транскодування
55.	Hiérarchie, n.f.	Ієрархічність	Адаптоване транскодування
56.	Homo, n.m.	Нетрадиційної орієнтації	Експлікація
57.	Homophobe, n.m.f.	Гомофоб	Транскодування (транскрипція)
58.	Homophobie, n.f.	Гомофобія	Адаптоване транскодування
59.	Homosexuel, n.m.	Гомосексуальний	Адаптоване транскодування
60.	Identité (n.f.) de genre	Гендерна ідентифікація	Калькування
61.	Immigré(e)s (n.pl.)	Іммігранти	Адаптоване транскодування
62.	Incitation (n.f.) à la haine religieuse	Розпалювання релігійної ворожнечі	Калькування
63.	Inclusif, adj.m.	Інклюзивний	Адаптоване транскодування
64.	Inclusion, n.f.	Інклюзивність	Транскодування
65.	Indiens, m.pl.	Індійці	Еквівалент
66.	Inégalité (n.f.) des sexes	Гендерна нерівність	Модуляція (логічний розвиток)
67.	Intégration (n.f.) sociale	Соціальна інтеграція	Калькування
68.	Intimidation (n.f.) ethnique	Залякування на національному підґрунті	Додавання (ампліфікація)
69.	Intimidation (n.f.) religieuse, n.f.	Залякування на релігійному підґрунті	Додавання (ампліфікація)

70.	Intolerance, n.f.	Нетолерантність	Калькування
71.	Islamophobie, n.f.	Ісламофобія	Адаптоване транскодування
72.	Langage (n.m.) inclusif	Інклюзивна мова	Калькування
73.	LGBT	ЛГБТ	Транскодування (транслітерація)
74.	Liberté (n.f.) de circulation	Свобода пересувань	Калькування
75.	Incitation à la haine raciale, n.f.	Розпалювання етнічної ненависті	Калькування
76.	Lookisme, n.m.	Лукізм	Транскодування (транскрипція)
77.	Mariage (n.m.) pour tous	Шлюб для всіх	Калькування
78.	Mariage homosexuel, n.m.	Одностатевий шлюб	Калькування
79.	Méditerranéens, m.pl.	Представники середземноморської раси	Додавання (ампліфікація)
80.	Mélanésien, m.pl.	Меланезійці	Еквівалент
81.	Métis-mulâtres, m.pl.	Метиси	Редукція
82.	Minorité (n.f.) désavantagée	Неблагополучна меншина	Калькування
83.	Minorité (n.f.) sexuelle	Сексуальна меншина	Калькування
84.	Minorité (n.f.) vulnérable	Незахищена національна меншина	Додавання (ампліфікація)

85.	Misogynie, n.f.	Мізогінія	Адаптоване транскодування
86.	Moyen-orientals, m.pl.	Представники середньосхідної раси	Додавання (ампліфікація)
87.	Multiculturalisme (n.m.)	Мультикультуралізм	Транскодування (транскрипція)
88.	Multiculturalisme, n.m.	Мультикультуралізм	Транскодування (траснкрипція)
89.	Musulman, n.m.	Мусульманин	Адаптоване транскодування
90.	Musulmane, n.f.	Мусульманка	Адаптоване транскодування
91.	Noire, n.m.	Темношкірий	Модуляція (логічний розвиток)
92.	Non-stigmatisation, n.f.	Анти-стигматизація	Калькування
93.	Nord-africain-maghrébins, m.pl.	Північні африканці	Компенсація
94.	Objectivation, n.f.	Об'єктивізація	Адаптоване транскодування
95.	Orientation (n.f.) sexuelle	Сексуальна орієнтація	Калькування
96.	Pansexualité, n.f.	Пансексуальність	Адаптоване транскодування
97.	Pensée (n.f.) multiculturelle	Багатокультурне мислення	Калькування
98.	Personnes (n.f.pl.) à peau noire,	Темношкірі	Еквівалент
99.	Personnes (n.f.pl.) en situation irrégulière	Соціальна група в хиткому становищі	Модуляція (логічний розвиток)
100.	Petite minorité (n.f.)	Нечисленна меншина	Калькування

101.	PMA (n.f., procréation médicalement assistée)	Допоміжна репродуктивна технологія (ДРТ)	Еквівалент
102.	PMA (n.f.) procréation médicalement assistée)	ЕКЗ (екстракорпоральне запліднення)	Конкретизація
103.	Politique (n.f.) anti- brimades	Заходи з боротьби з залякуванням та жорсткістю	Експлікація
104.	Politique (n.f.) anti-harcèlement	Заходи боротьби з залякуванням та жорстокістю	Експлікація
105.	Politiques (n.f.pl.) constructives	Конструктивна політика	Калькування
106.	Politiques (n.f.pl.) non- discriminatives	Антидискримінаційн а політика	Калькування
107.	Politiques (n.f.pl.) pragmatiques	Прагматична політика	Калькування
108.	Polynésiens, m.pl.	Полінезійці	Еквівалент
109.	Préjugés (n.m.) sexistes	Упередження на основі статевої ознаки	Додавання (ампліфікація)
110.	Programme (n.m.) de lutte contre l'intimidation	Програма боротьби проти залякувань	Калькування
111.	Race (n.f.) mixte	Змішана раса	Калькування
112.	Racisme, n.m.	Расизм	Транскодуванн я (траскрипція)
113.	Représentation (n.f.) féminine	Жіноча репрезентація	Калькування
114.	Représentation (n.f.) proportionnelle	Пропорційна репрезентація	Калькування

115.	Ressortissant (n.m.) étranger	Іноземний громадянин	Модуляція (логічний розвиток)
116.	Ressortissants (n.m.pl) européens	Вихідці зі східної Європи	Конкретизація
117.	Roms (n.pl.)	Роми	Адаптоване транскодування
118.	Ségrégation (n.f.) raciale	Расова сегрегація	Калькування
119.	Sensibilité (n.f.) culturelle	Прояв поваги до інших культур	Експлікація
120.	Sexisme, n.m.	Сексизм	Транскодуванн я (транскрипція)
121.	Sexiste, n.m.	Сексист	Транскодуванн я (транскрипція)
122.	Société (n.f.) inclusive	Інклюзивне суспільство	Калькування
123.	Société (n.f.) multiethnique	Багатоетнічне суспільство	Калькування
124.	Stigmatisation, n.f.	Стигматизація	Адаптоване транскодування
125.	Stigmatisation, n.f.	Стигматизація	Транскодуванн я
126.	Sujet (n.m.) sensible	Болісна тема	Калькування
127.	Tolérance, n.f.	Толерантність	Адаптоване транскодування
128.	Transgenre, adj	Трансгендерний	Адаптоване транскодування
129.	Transsexuel, n.m.	Транссексуал	Транскодуванн я
130.	Validisme, n.m.	Дискримінація за фізичними можливостями	Експлікація

131.	Violation (n.f.) des droits de la personne	Порушення прав людини	Калькування
132.	Violence (n.f.) physique	Фізичне насильство	Калькування
133.	Violence (n.f.) sexuelle	Сексуальне насильство	Калькування
134.	Violence (n.f.) verbale	Словесна образа	Нейтралізація
135.	Whitewashing, n.m.	Практика расового "вибілювання" в кіноіндустрії	Експлікація
136.	Xénophobie, n.f.	Ксенофобія	Транскодування
<p>Група 2. Політкоректні маркери вияву тактовності щодо неприємних явищ в житті/здоров'ї людини:</p> <ul style="list-style-type: none"> - смерть - хвороба - природні потреби - фізичні вади - розумові та психічні розлади - тощо 			
137.	Accepter dans la société	Прийняти в суспільстві	Калькування
138.	Bataille (n.f.) contre le sida	Битва проти СНІДу	Калькування
139.	Bioéthique, n.f.	Біоетика	Калькування
140.	Contenu (n.m.) explicite	Вміст, неприйнятний для чутливої аудиторії	Модуляція (логічний розвиток)
141.	Décédé, n.m.	Загиблий	Конкретизація

142.	Départ, n.m.	Загибель	Конкретизація
143.	\ Dernier sommeil, n.m.	Останній подих	Компенсація
144.	Disparition, n.f.	Загибель	Конкретизація
145.	Ecole (n.f.) inclusive	Інклюзивна школа	Калькування
146.	Education (n.f.) inclusive	Інклюзивна освіта	Калькування
147.	Elève (n.m.f) en difficulté	Складний учень	Калькування
148.	Enseignement (n.m.) inclusif	Інклюзивне освітнє середовище	Модуляція (логічний розвиток)
149.	Environnement (n.m.) inclusif	Інклюзивне середовище	Калькування
150.	Grand voyage, n.m.	Загибель	Конкретизація
151.	Groupe (n.m.) inclusif	Інклюзивна група	Калькування
152.	HIV, n.m.	ВІЛ	Еквівалент
153.	Hors d'âge	На заслуженому відпочинку	Компенсація
154.	Journée (n.f.) mondiale de lutte contre le sida	Всесвітній день боротьби зі СНІДом	Калькування
155.	Longue maladie, n.f.	Важковиліковна хвороба	Конкретизація
156.	Lutte (n.f.) contre le sida	Боротьба проти СНІДу	Калькування
157.	Malades (n.pl) en situation de précarité	Хворі в неблагополучній ситуації	Калькування

158.	MST, n.f.	Хвороба, що передається статевим шляхом	Експлікація
159.	Nuit (n.f.) du tombeau	Вічний сон	Компенсація
160.	Partir	Піти з життя	Додавання (ампліфікація)
161.	Personne (n.f.) ayant des besoins spéciaux	Людина з особливими потребами	Калькування
162.	Personne (n.f.) souffrant de problèmes de vue	Людина з вадами зору	Компенсація
163.	Personne (n.f.) à physique atypique	Людина з нестандартним зовнішнім виглядом	Модуляція (логічний розвиток)
164.	Personne (n.f.) à mobilité réduite	Людина з обмеженими можливостями	Генералізація
165.	Personne (n.f.) à physique particulier	Людина з нестандартним зовнішнім виглядом	Модуляція (логічний розвиток)
166.	Personne (n.f.) affectée par le sida	Люди, які страждають від СНІДу	Емфатизація
167.	Personne (n.f.) agée	Людина старшого віку	Додавання (ампліфікація)
168.	Personne (n.f.) atteinte de troubles mentaux	Людина з розумовими вадами	Компенсація
169.	Personne (n.f.) ayant une déficience auditive	Людина з вадами слуху	Модуляція (логічний розвиток)
170.	Personne (n.f.) ayant une déficience intellectuelle	Людина з обмеженими розумовими можливостями	Компенсація
171.	Personne (n.f.) ayant une déficience intellectuelle	Людина з розумовими вадами	Модуляція (логічний розвиток)

172.	Personne (n.f.) ayant une déficience visuelle	Людина з вадами зору	Модуляція (логічний розвиток)
173.	Personne (n.f.) de petite taille	Людина невисокого зросту	Калькування
174.	Personne (n.f.) du quatrième âge	Похилий вік	Конкретизація
175.	Personne (n.f.) en difficulté d'apprentissage	Людина зі складнощами до навчання	Калькування
176.	Personne (n.f.) en surcharge pondérale	Людина з зайвою вагою	Модуляція (логічний розвиток)
177.	Personne (n.f.) forte	Людина з зайвою вагою	Конкретизація
178.	Personne (n.f.) immunodéprimée	Людина з імунною недостатністю	Компенсація
179.	Personne (n.f.) mal-entendant	Людина з вадами слуху	Компенсація
180.	Personne (n.f.) non-voyante	Людина з вадами зору	Модуляція
181.	Personne (n.f.) séropositive	ВІЛ-інфікована людина	Еквівалент
182.	Personne (n.f.) souffrant de problèmes auditifs	Людина з вадами слуху	Модуляція (логічний розвиток)
183.	Personnes (n.f.) contaminées	Інфіковані люди	Модуляція (логічний розвиток)
184.	Personnes (n.f.pl) dépistées avec le virus	Люди, в яких діагностували вірус	Калькування
185.	Personnes (n.f.pl) vivant avec le VIH	Люди, які живуть з ВІЛ	Калькування
186.	Personnes (n.f.pl.) qui ont le VIH	Особи з ВІЛ	Редукція (компресія)

187.	Plafond (n.f.) de verres	Скляна стеля	Калькування
188.	Quitter la vie	Піти з життя	Калькування
189.	Rejoindre un monde meilleur	Відійти в краще місце	Компенсація
190.	Repos (n.m.) éternel	Вічний спокій	Калькування
191.	Seniors, n.m.	Люди старшого віку	Експлікація (описовий переклад)
192.	Sensibilisation	Підвищення інформованості	Експлікація (описовий переклад)
193.	Sida, n.m.	СНІД	Еквівалент
194.	Troisième âge, n.m.	Пенсійний вік	Конкретизація
195.	Tumeur (n.f.) maligne	Онкологічне захворювання	Нейтралізація
196.	Virus (n.m.) A H1N1	Вірус типу А H1N1	Додавання (ампліфікація)
<p>Група 3. Політкоректні маркери вияву тактовності щодо соціальних проблем, таких як:</p> <ul style="list-style-type: none"> - військові дії - соціальні пороки - бідність - звільнення - академічна неуспішність - та інших. 			
197.	Acte (n.m.) délibéré	Умисна дія	Калькування

198.	d	Affaire, n.f.	Чутлива справа	Додавання (ампліфікація)
199.		Agent (n.m.) de la maison	Дворецький	Конкретизація
200.		Agent (n.m.) de propreté	Клінінг-менеджер	Компенсація
201.		Assitane (n.f.) de direction	Асистент	Редукція (компресія)
202.		Call girl, n.f.	Дівчина за викликом	Модуляція (логічний розвиток)
203.		Camp (n.m.) de concentration	Концентраційний табір	Калькування
204.		Chercheur (n.m.) d'emploi	Непрацевлаштовани й	Компенсація
205.		Cinequème colonne, n.f.	П'ята колона	Калькування
206.		Cohésion (n.f.) sociale	Соціальна взаємодопомога	Модуляція (логічний розвиток)
207.		Cohésion (n.f.) urbaine	Міська взаємодопомога	Модуляція (логічний розвиток)
208.		Collaborateur (n.m.) personel	Особистий помічник	Калькування
209.		Comportement (n.m.) menaçant	Загрозлива поведінка	Калькування
210.		Conflict, n.m.	Конфлікт	Транскодування
211.		Contre-vérité, n.f.	Протилежне правді	Калькування
212.		Crise, n.m.	Криза	Транскодування
213.		Demandeur (n.m.) d'emploi	Непрацевлаштовани й	Модуляція (логічний розвиток)

214.	Demandeur, (n.m.) d'asile	Людина в пошуках прихистку	Модуляція (логічний розвиток)
215.	Dommages (n.m.pl) collatéraux	Втрати серед мирного населення	Конкретизація
216.	Elève (n.m, f) en situation de réussite différé	Учень, що не встигає за програмою	Модуляція (логічний розвиток)
217.	Employé (n.m.) de maison	Дворецький	Конкретизація
218.	Esclavagisme, n.m..	Рабська праця	Експлікація
219.	Escort girl, n.f.	Працівниця ескорту	Модуляція (логічний розвиток)
220.	Espace (n.m.) fumeurs	Місце для куріння	Компенсація
221.	Evenéments, n.m.pl.	Події	Еквівалент
222.	Faire une tentative de suicide	Зробити спробу накласти на себе руки	Нейтралізація
223.	Flexibilité, n.f.	Гнучкість	Еквівалентна заміна
224.	Frappe (n.f.) chirurgicale	Збройний напад	Генералізація
225.	Frappe (n.f.) ciblée	Удари по цілі	Модуляція (логічний розвиток)
226.	Homme (n.m.) connu pour des troubles psychiatriques	Чоловік, що має психічні розлади	Модуляція (логічний розвиток)
227.	Homme (n.m.) menaçant	Агресивний чоловік	Модуляція (логічний розвиток)
228.	Immigrés, n.m.pl	Біженці	Конкретизація

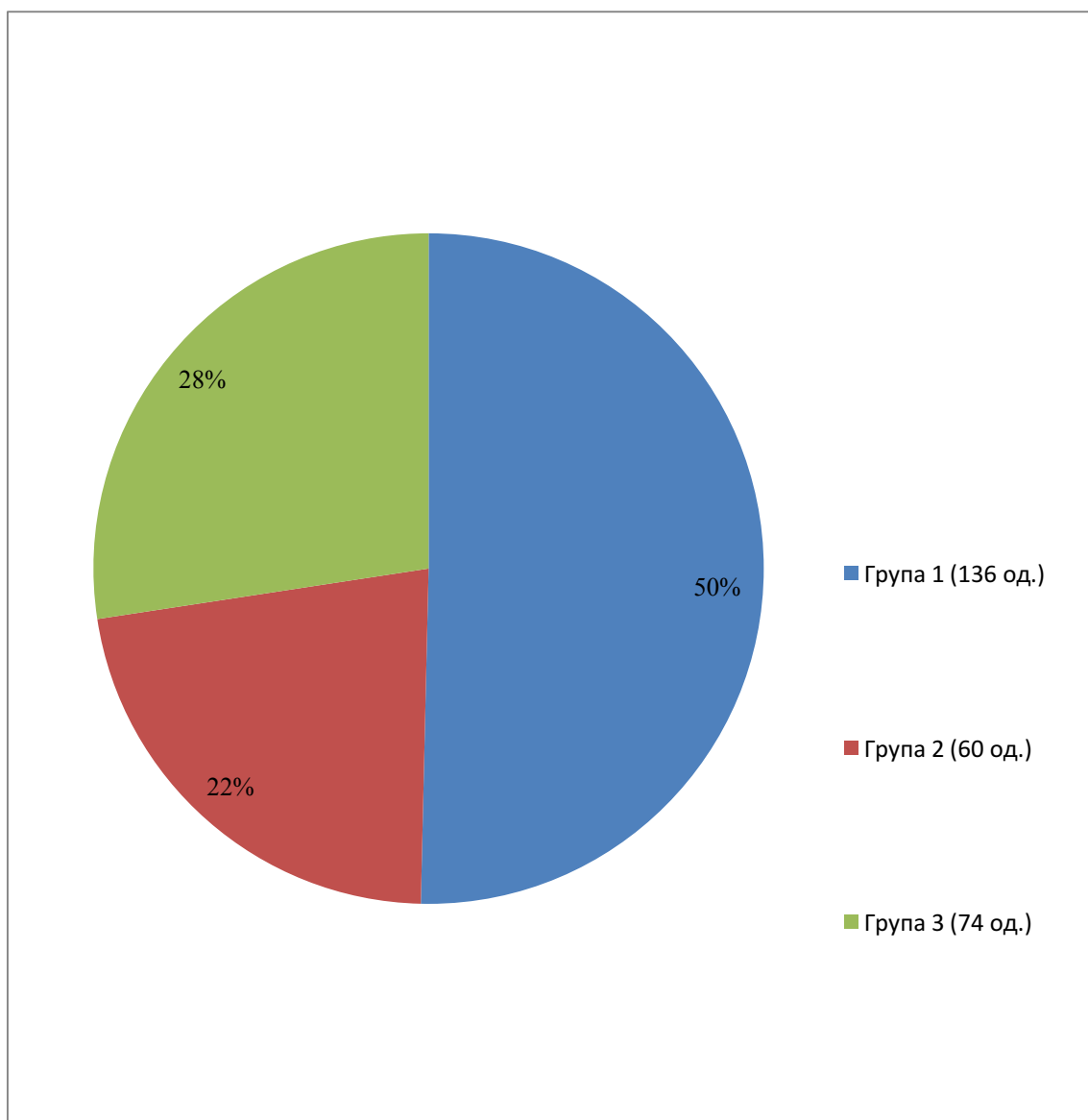
229.	Incident, n.m.	Інцидент	Транскодування
230.	Ingérance, n.f.	Інтервенція	Еквівалент
231.	Ingérence (n.f.) humanitaire	Гуманітарна інтервенція	Калькування
232.	IVG (interruption volontaire de la grossesse)	Добровільне переривання вагітності	Калькування
233.	Jeunes, n.pl.	Молоді правопорушники	Конкретизація
234.	Jungle, n.f.	Джунглі	Транскодування
235.	Jungle, n.f.	Мігрантські нетрі	Емфатизація
236.	Justice (n.f.) sociale	Соціальна справедливість	Калькування
237.	Marginal, n.m.	Людина без реєстрації	Експлікація
238.	Mesure (n.f.) d'encouragement	Соціальна допомога	Компенсація
239.	Migrants (n.m.pl)	Нелегали	Конкретизація
240.	Migrants, n.m.pl	Мігранти	Транскодування
241.	Milieux (n.m .pl.) défavorisés	Фінансово неблагополучне середовище	Конкретизація
242.	Neutraliser la cible	Нейтралізувати ціль	Калькування
243.	Pacification, n.f.	Пацифікація	Адаптоване транскодування
244.	Pays (n.m.) en voie développement	Країна, що розвивається	Еквівалент

245.	Personne (n.f.) ayant un problème d'alcool	Людина з алкогольною залежністю	Модуляція (логічний розвиток)
246.	Personne (n.f.) démunie	Людина з обмеженими фінансовими ресурсами	Модуляція (логічний розвиток)
247.	Personne (n.f.) dépressive	Депресивна особа	Калькування
248.	Personne (n.f.) en situation précaire	Людина в скрутному фінансовому становищі	Конкретизація
249.	Personne (n.f.) recherchée	Особа в розшуку	Модуляція (логічний розвиток)
250.	Personnes (n.f.pl) issus de l'immigration	Іммігранти	Модуляція (логічний розвиток)
251.	Personnes issus d'un milieu migrant (n.f.pl)	Вихідці з мігрантського середовища	Калькування
252.	Plafond (n.f.) de verre	Скляна стеля	Калькування
253.	Plan (n.m.) social d'accompagnement	Скорочення персоналу	Компенсація
254.	Population (n.f.) en très grande précarité	Населення в хиткому становищі	Модуляція (логічний розвиток)
255.	Profil (n.m.) psychologique instable	Депресія	Конкретизація
256.	Quartier (n.m.) sensible	Вразливий квартал	Калькування
257.	Quartiers (n.m.pl) en difficulté	Неблагополучні райони	Модуляція (логічний розвиток)
258.	Quartiers prioritaires	Пріоритетні квартали	Калькування

259.	Requérant (n.m) d'asile	Людина, що просить прихистку	Модуляція (логічний розвиток)
260.	Ressources (n.m.pl.) sur le terrain	Сухопутні війська	Конкретизація
261.	Sans-papiers, n.m.	Людина, яка не має дозволу на перебування в країні	Експлікація
262.	SDF, n.m.	Бездомний	Експлікація
263.	Technicien (n.m.) de surface	Техпрацівник	Редукція (компресія)
264.	Technicien (n.m.) des sols	Техпрацівник	Редукція (компресія)
265.	Technique (n.f.) d'interrogatoire renforcée	Допит з застосуванням посилених методів	Ампліфікація
266.	Victime (n.f.) de la société	Жертва суспільства	Калькування
267.	ZEP (zones d'éducation prioritaires)	Зони пріоритетної освіти	Калькування
268.	ZFU (Zone Franche Urbaine)	Вразливі міські зони	Модуляція (логічний розвиток)
269.	ZRU (Zones de Redynamisation Urbaine)	Міські зони, що потребують реформ	Модуляція (логічний розвиток)
270.	ZUS (zone urbaine sensible)	Вразливі зони міста	Калькування

Додаток О

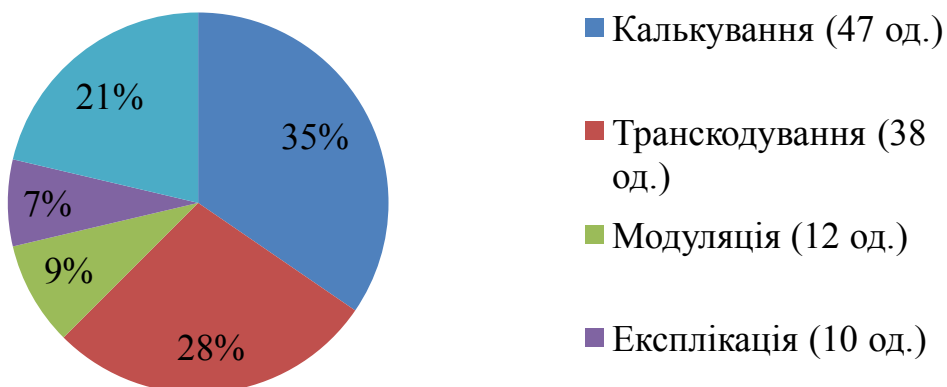
Розподіл видів політкоректної лексики в медіа текстах



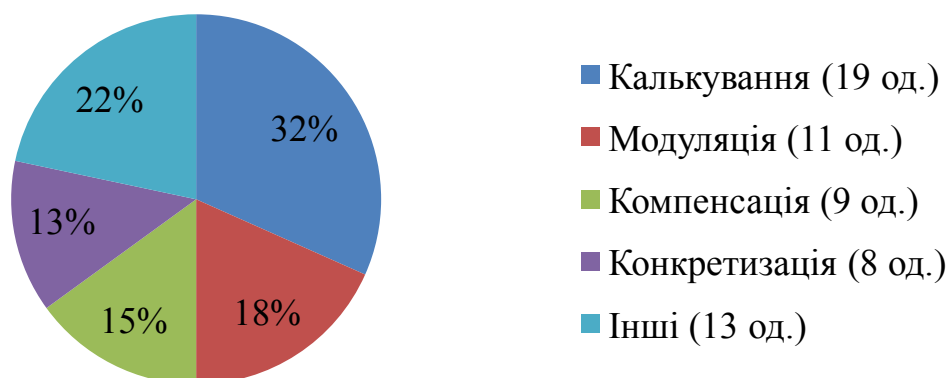
Додаток Ф

Аналіз розподілу типів трансформацій при перекладі політкоректних одиниць в медіа за їх тематичною класифікацією

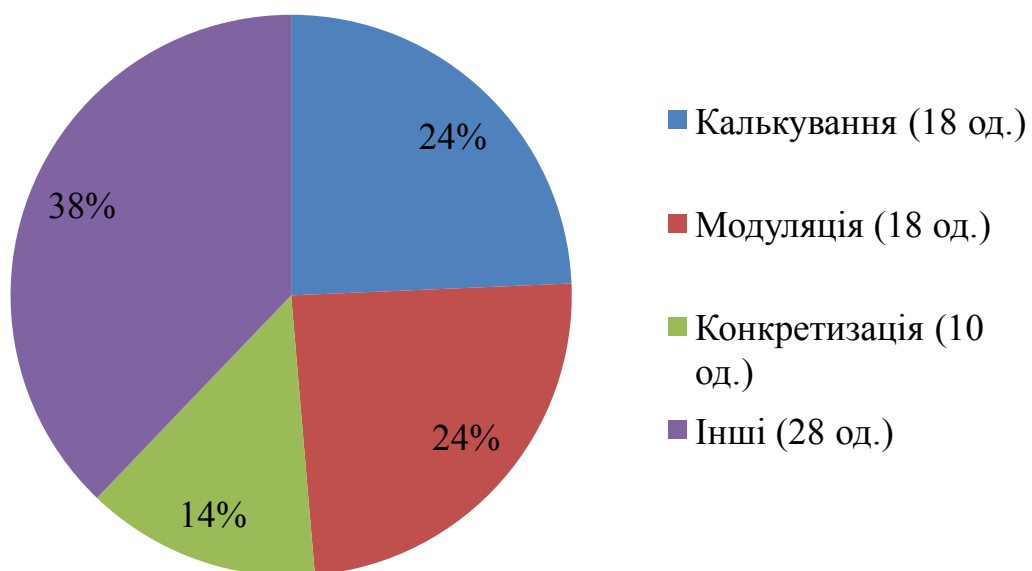
Ф1. Маркери на пом'якшення дискримінації



Ф2. Маркери вияву тактовності щодо особливостей здоров'я людини



Ф3. Маркери вияву тактовності щодо соціальних проблем



Додаток X

Найпоширеніші типи трансформацій при перекладі політкоректної лексики в медіа текстах

Переклад маркерів політкоректності у французьких медіа текстах (270 од.)

